

**PROPUESTA DE UN SISTEMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL PARA EL HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO DE LA CIUDAD
DE CARTAGO – VALLE**

**CÉSAR AUGUSTO GIL BARAHONA
MARISOL PULGARÍN COLORADO**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SEDE CARTAGO**

2018

**PROPUESTA DE UN SISTEMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL PARA EL HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO DE LA CIUDAD
DE CARTAGO – VALLE**

**CÉSAR AUGUSTO GIL BARAHONA
MARISOL PULGARÍN COLORADO**

**Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de
Administradores de Empresas**

**HAROLD PAUL ÁVILA CEBALLOS
Magister en Administración de Empresas**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SEDE CARTAGO
2018**

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Cartago-Valle. 05 de Junio del 2018

DEDICATORIA

Este logro se lo quiero dedicar a Dios quien me da las fuerzas para salir adelante y me impulsa a seguir creyendo que todo lo que me proponga es posible, que no existen límites. Gracias a mi familia sin ellos no hubiera sido posible cumplir esta meta.

Infinitas gracias a mis padres María Marleny Colorado González y German Antonio Pulgarín Corrales por su amor y su apoyo incondicional, gracias por los valores que me han inculcado y por guiarme en cada paso que doy, por sus constantes esfuerzos y siempre creer en mí; solo tengo sentimientos de gratitud hacia los mejores padres que Dios y la vida me pudo conceder. Gracias a mis hermanos Robinson y Alejandro mis compañeros de vida quienes me brindan su cariño y protección.

Gracias a todas las personas que contribuyeron en mi formación profesional y personal, gracias a mi familia, profesores y amigos porque todos aportaron de alguna forma en mi proceso de crecimiento; en mi corazón me llevo lindos recuerdos de esta etapa de mi vida.

Marisol Pulgarín Colorado.

Principalmente a Dios por su inmensa bondad y por el maravilloso don de la vida, por ser mi guía y darle luz a mi camino; pues gracias a él hoy se hace realidad un sueño.

A mi madre no solo por el inmenso amor que me profesa, sino por ser ejemplo de lucha, de constancia y disciplina. Gracias por inspirarme, por tu entrega y dedicación, por tu aliento y por ser el aire que me impulsa a volar. Contigo no existe el miedo, este logro es por ti y para ti.

A mi hermano (QEPD) que aunque no esté presente, sé que estaría orgulloso de ver como se hace realidad todo lo que se desea y anhela con el corazón.

Y a todas aquellas personas que no nombre y que son especiales para mí. Gracias por compartir conmigo esta experiencia, por su compañía y apoyo incondicional todos estos años.

César Augusto Gil Barahona.

AGRADECIMIENTOS

Principalmente a Dios por darnos la oportunidad de culminar con éxito este proceso de aprendizaje y por poner en nuestro camino a tantas personas que de una u otra forma colaboraron con este propósito.

A los profesores por su paciencia y empeño, por sus conocimientos y deseos de formar no solo grandes profesionales si no personas de bien. A la doctora Zayra Urdinola Hincapié que desde la dirección del programa de Administración de Empresas nos brindó un acompañamiento constante que sin duda alguna sirvió de guía para la realización del presente trabajo.

A nuestro asesor de trabajo de grado Harold Paul Ávila Ceballos por intervenir en el desarrollo de la investigación, depositar su confianza en nuestras capacidades y habilidades; además de brindar apoyo en el proceso de enseñanza, permitiendo así culminar con éxito nuestra formación profesional.

A nuestros compañeros que en el día a día se convirtieron en grandes amigos y en un apoyo incondicional en cada una de las etapas que compartimos durante el transcurso de la carrera universitaria. Nos llevamos gratos recuerdos y siempre estará presente en nuestros corazones la familia Univalle.

Al Hotel Campestre el Danubio por brindarnos la posibilidad de realizar el presente trabajo investigativo, por la amabilidad y disposición con la que nos trataron siempre. Nuestro agradecimiento es inmenso, sin su ayuda no hubiera sido posible llevar a buen término nuestro trabajo de grado.

Mil y mil gracias a todas las personas que estuvieron presentes en esta grandiosa etapa de nuestras vidas, gracias por su apoyo, por sus consejos, por su motivación, por su compañía y ánimo para seguir adelante pese a los inconvenientes que se presentaron en el transcurso de nuestra formación. Aquí termina una meta que nos trazamos hace cinco años y que con las bendiciones de Dios esperamos que no solo formen parte de un pasado ya vivido si no que la vida nos dé la oportunidad de seguir compartiendo un presente y un futuro juntos.

Marisol Pulgarín Colorado.

César Augusto Gil Barahona.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	17
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	18
1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	18
1.1.1 Antecedentes	21
1.2 OBJETIVOS	27
1.2.1 General	27
1.2.2 Específicos	28
1.3 JUSTIFICACIÓN	28
1.4 DISEÑO METODOLÓGICO	29
1.4.1 Hipótesis	29
1.4.1.1 Hipótesis de la investigación	29
1.4.1.2 Hipótesis nula	30
1.4.2 Diseño de la investigación	30
1.4.3 Enfoque de la investigación	31
1.4.4 Diseño del proceso de investigación cualitativa	31
1.4.5 Método de investigación	32
1.4.6 Técnicas / instrumentos para la recolección de datos	33
1.4.7 La muestra	34
1.4.8 Las fuentes de información	35
1.4.8.1 Fuentes primarias	35
1.4.8.2 Fuentes secundarias	35
2. MARCO REFERENCIAL	37
2.1 MARCO CONTEXTUAL	37
2.1.1 Ranking 2015 líderes industria hotelera de Colombia	37
2.1.2 Tendencias del consumo	39
2.1.3 Oportunidades en el Triángulo del Café (enfocadas en el sector turístico)	41
2.2 MARCO TEÓRICO	43
2.3 MARCO CONCEPTUAL	59
2.4 MARCO LEGAL	63
2.4.1 Norma técnica sectorial	66

2.4.2	El código sustantivo del trabajo	67
2.4.3	Legislación sanitaria.....	67
2.4.4	Constitución política de Colombia	68
3.	ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO	69
3.1	DIAGNÓSTICO INTERNO (PCI) PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA ...	69
3.2	DIAGNÓSTICO EXTERNO (POAM) PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO	72
3.3	MATRIZ DE IMPACTOS DOFA	75
3.4	ÁREAS DE ACTUACIÓN	79
3.5	ANÁLISIS DOFA.....	79
3.5.1	Debilidades	80
3.5.2	Oportunidades.....	81
3.5.3	Fortalezas	82
3.5.4	Amenazas	83
3.6	ANÁLISIS PEST.....	84
3.6.1	Factores políticos.....	85
3.6.2	Factores económicos	86
3.6.3	Factores socio-culturales	87
3.6.4	Factores tecnológicos	87
4.	ANÁLISIS DEL SECTOR.....	89
4.1	ANÁLISIS DEL PERFIL COMPETITIVO BASADO EN LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	89
4.1.1	Negociación con los clientes	92
4.1.2	Rivalidad entre competidores	92
4.1.3	Amenaza ante nuevos competidores	93
4.1.4	Poder de negociación con proveedores	93
4.1.5	Productos sustitutos	94
4.2	PROCESO DE BENCHMARKING BASADO EN LOS GRUPOS DE INTERÉS	94
4.2.1	Clientes	97
4.2.2	Empleados	98
4.2.3	Proveedores	98
4.2.4	Comunidad	98
4.2.5	Medio ambiente	99

5. FORMULACIÓN DE LA PROPUESTA DEL SISTEMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	100
5.1 AUTODIAGNÓSTICO SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO	104
5.1.1 Generar acciones de mejora en materia laboral y de recursos humanos, con el propósito de demostrar el compromiso de la empresa con los trabajadores	106
5.1.1.1 Impartir formación a empleados en materia de RSC y promover una cultura socialmente responsable.....	106
5.1.1.2 Mejorar la motivación del personal.....	106
5.1.1.3 Asegurar el cumplimiento de la legislación en materia de prevención de riesgos laborales	107
5.1.2 Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, con el fin de integrarles en la empresa y obtener su máximo compromiso con las políticas establecidas en la misma.....	107
5.1.2.1 Conocer las necesidades y las opiniones de los clientes ...	107
5.1.2.2 Mejorar el proceso de atención a clientes, así como los productos y servicios ofrecidos	107
5.1.2.3 Establecer medidas preventivas para la seguridad de los clientes.....	108
5.1.3 Minimizar el impacto medioambiental derivado de las actividades del hotel, por medio de acciones que faciliten una gestión más sostenible con el medio ambiente	108
5.1.3.1 Ofrecer programas de sensibilización medioambiental a empleados y clientes	108
5.1.3.2 Fomentar medidas de ahorro de consumo de energía y agua.....	109
5.1.3.3 Impulsar estrategias de reducción, reutilización, recuperación y reciclaje.....	109
5.1.4 Promover el crecimiento y el bienestar de la comunidad local, con el objetivo de facilitar la integración social y el progreso de las personas desfavorecidas de la sociedad.....	109
5.1.4.1 Contribuir a la mejora de la comunidad en la que opera el hotel, colaborando en la resolución de cuestiones sociales y aportando los recursos disponibles	110
5.1.4.2 Impartir formación a la comunidad sobre consumo responsable.....	110

5.1.4.3	Impulsar del desarrollo local como garantía de una comunidad más próspera y segura.....	110
5.1.5	Establecer relaciones fuertes y duraderas con los proveedores y organizaciones que suministren los productos e insumos para el hotel, teniendo en cuenta como parámetro principal los altos estándares de calidad requeridos	110
5.1.5.1	Mejorar el proceso de compras y los vínculos con los proveedores, con el fin de involucrarlos con la empresa, así mismo con sus políticas y procesos	111
5.1.5.2	Inducir a los proveedores en el manejo de insumos y materias primas que ayuden en la protección del medio ambiente	111
5.1.5.3	Contribuir con el desarrollo local, por medio de la consolidación de las relaciones con los proveedores de la región y así impulsar el crecimiento de los pequeños empresarios.....	111
5.2	ENTREVISTAS REALIZADAS A LA COMUNIDAD DE CRUCES	112
5.3	ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS EMPLEADOS DEL HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO	116
5.4	ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS CLIENTES DEL HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO	120
6.	ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN.....	125
7.	DISEÑO DEL SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL.....	135
8.	CONCLUSIONES	140
9.	RECOMENDACIONES	142
	BIBLIOGRAFÍA.....	144
	WEBGRAFÍA.....	147
	ANEXOS.....	149

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Antecedentes	25
Tabla 2. Matriz de descripción y abordaje de los objetivos	35
Tabla 3. Síntesis del marco contextual	42
Tabla 4. Síntesis del marco teórico	56
Tabla 5. Síntesis del marco conceptual	62
Tabla 6. Síntesis de la normatividad de la Responsabilidad Social Empresarial	65
Tabla 7. Perfil de Capacidad Interna de la Compañía (PCI).....	70
Tabla 8. Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM)	73
Tabla 9. Matriz de impactos DOFA – Ponderado.....	75
Tabla 10. Matriz DOFA	77
Tabla 11. Análisis de perfil competitivo basado en las cinco fuerzas de Porter	90
Tabla 12. Proceso de benchmarking basado en los grupos de interés	96
Tabla 13. Matriz de autodiagnóstico sobre Responsabilidad Social Empresarial	100
Tabla 14. Matriz de análisis de las entrevistas realizadas a la comunidad de Cruces.....	113
Tabla 15. Matriz de análisis de las entrevistas realizadas a los empleados del Hotel Campestre el Danubio	117
Tabla 16. Matriz de análisis de las entrevistas realizadas a los clientes del Hotel Campestre el Danubio	121
Tabla 17. Plan de acción	126
Tabla 18. Seguimiento y control	135

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Proceso de retroalimentación de los sistemas	48
Figura 2. Análisis PEST	85
Figura 3. Cinco fuerzas de Porter	89
Figura 4. Grupos de interés del Hotel Campestre el Danubio.....	95

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Trabajo de campo.....	149
Anexo B. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Casa Blanca de La Unión, Valle del Cauca	171
Anexo C. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre Villa Zaragoza de Cartago, Valle del Cauca	175
Anexo D. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial en el Centro Turístico Mister Mojarra de Cartago, Valle del Cauca	178
Anexo E. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial realizada a la comunidad de Cruces	182
Anexo F. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial realizada a los empleados del Hotel Campestre el Danubio	199
Anexo G. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial realizada a los clientes del Hotel Campestre el Danubio.....	214

LISTA DE FOTOGRAFÍAS

	Pág.
Fotografía 1. Entrada del Hotel Casa Blanca.....	150
Fotografía 2. Entrevista a la señora Viviana Jiménez encargada del Hotel Casa Blanca.....	150
Fotografía 3. Área de la piscina del Hotel Casa Blanca.....	151
Fotografía 4. Área del comedor del Hotel Casa Blanca.....	152
Fotografía 5. Entrada del Hotel Villa Zaragoza.....	153
Fotografía 6. Dialogo con la señora Lady Noreña.....	153
Fotografía 7. Instalaciones del Hotel Villa Zaragoza.....	154
Fotografía 8. Entrada del Centro Turístico Mister Mojarra.....	155
Fotografía 9. Entrevista al señor Juan Carlos Velázquez administrador del Centro Turístico Mister Mojarra.....	156
Fotografía 10. Instalaciones del Centro Turístico Mister Mojarra.....	156
Fotografía 11. Introducción sobre Responsabilidad Social Empresarial a la comunidad de Cruces	158
Fotografía 12. Entrevistas realizadas a la comunidad Cruces.....	158
Fotografía 13. Dialogo con el señor Mauricio Echeverry administrador del Hotel Campestre el Danubio	160
Fotografía 14. Entrevistas realizadas a los empleados del Hotel Campestre el Danubio	161
Fotografía 15. Entrevistas realizadas a los clientes del Hotel Campestre el Danubio	164
Fotografía 16. Instalaciones del Hotel Campestre el Danubio	165
Fotografía 17. Socialización del trabajo de grado.....	167

GLOSARIO

Análisis: Distinción y separación de las partes de algo para conocer su composición. Estudio detallado de algo, especialmente de una obra de un escrito.

Autodiagnóstico: Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversas naturalezas.

Autor: Persona que ha producido alguna obra científica, literaria o artística.

Benchmarking: Es el proceso mediante el cual se recopila información y se obtienen nuevas ideas, mediante la comparación de aspectos de tu empresa con los líderes o los competidores más fuertes del mercado.

Clientes: Persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

Comunidad: Conjunto de las personas de un pueblo, región o nación.

Conclusiones: Acción y efecto de concluir. Idea a la que se llega después de considerar una serie de datos o circunstancias.

Control: Comprobación, inspección, fiscalización, intervención.

Crecimiento: Acción y efecto de crecer, aumento del valor intrínseco de la moneda.

Cronograma: Representación gráfica de un conjunto de hechos en función del tiempo.

Diseño: Proyecto, plan que configura algo. Realización de un plan detallado para la ejecución de una acción o una idea.

Empleados: Persona que desempeña un destino o empleo.

Empresa: Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios.

Estrategias: En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

Fuentes: Principio fundamento u origen de algo.

Grupos de interés: Se definen como todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas.

Hipótesis: Suposición de algo posible o imposible para sacar de ello una consecuencia.

Hotel: Establecimiento de hostelería capaz de alojar con comodidad a huéspedes o viajeros.

Medioambiente: Conjunto de circunstancias exteriores a un ser vivo.

Metodología: Ciencia del método. Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

Muestra: Parte o porción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa de él.

Objetivos: Se denomina el fin al que se desea llegar o la meta que se pretende lograr. Es lo que impulsa al individuo a tomar decisiones o a perseguir sus aspiraciones.

Organización: Grupo de personas y medios organizados con un fin determinado.

Plan de acción: Es una herramienta de planificación empleada para la gestión y control de tareas o proyectos. Como tal, funciona como una hoja de ruta que establece la manera en que se organizará, orientará e implementará el conjunto de tareas necesarias para la consecución de objetivos y metas.

Práctica: Es la acción que se desarrolla con la aplicación de ciertos conocimientos. Usar o ejercer algo continuamente.

Propuesta: Proposición o idea que se manifiesta y ofrece a alguien para un fin.

Proveedores: Dicho de una persona o una empresa. Que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones, comunidades.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Se define como los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes, relación que incluye clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades, el gobierno y la sociedad en general.

Seguimiento: Acción y efecto de seguir o seguirse.

Sistema: Conjunto de cosas que relacionadas entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objeto.

Variables: Es una palabra que representa a aquello que varía o que está sujeto a algún tipo de cambio. Se trata de algo que se caracteriza por ser inestable, inconstante y mudable.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad realizar una propuesta de un sistema de Responsabilidad Social Empresarial para el Hotel Campestre el Danubio de la ciudad de Cartago - Valle, teniendo en cuenta que este se encuentra en un proceso de certificación de calidad lo que brinda la oportunidad de ser visto como una organización socialmente responsable. El trabajo de investigación se llevó a cabo en varias fases lo que permitió cumplir a cabalidad con los objetivos propuestos, para la culminación del presente trabajo de grado de forma satisfactoria.

En primer lugar se desarrolló la sustentación teórica del trabajo, pues esta se convierte en el pilar fundamental para desarrollar una investigación de forma confiable. Es decir, se consultó el origen del concepto de Responsabilidad Social Empresarial y su evolución a través del tiempo. De igual modo se priorizaron las consultas a los autores correspondientes para darle forma al marco referencial y así poder determinar la metodología de investigación. Los métodos acordes con el estudio para la recolección de información son la observación no participante y la entrevista, ya que permiten un acercamiento directo con el tipo de análisis planteado, el cual tiene un enfoque cualitativo.

Siguiendo con la consecución de fases en segunda instancia se realizó un trabajo de campo en el que se efectuaron una serie de entrevistas a los grupos de interés involucrados haciendo referencia en este caso a empleados, clientes, comunidad, proveedores y administradores, para conocer sus percepciones sobre el actuar del hotel, las apreciaciones expuestas sobre las prácticas responsables que ellos evidencian en el día a día, además planteaban iniciativas para la protección de los recursos naturales y el medio ambiente. Así mismo, se ejecutó un estudio en el que como herramienta principal se aplicó la observación para precisar las falencias que presentaba la organización en cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial.

Como fase final se llevó a cabo el cumplimiento de los objetivos propuestos, para determinar el plan de acción en el que se plantearon unas estrategias encaminadas a darle solución a las falencias que presenta el hotel; y así proponer un sistema de evaluación y control que les permitiera tener claridad de si se cumplen o no con las estrategias planteadas. Para concluir se presentan unas recomendaciones a consideración de la parte administrativa del hotel, con el fin de darle continuidad al plan propuesto y así contribuir con las mejoras que se solicitan.

Palabras clave:

Responsabilidad Social Empresarial, hotel, grupos de interés, autodiagnóstico, DOFA, plan de acción, evaluación y control.

INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado las organizaciones deben adoptar estrategias que les permitan ser más competitivas y lograr un mejor posicionamiento. Gracias a esto, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial se ha ido convirtiendo en una gran necesidad para las empresas que quieren ser vistas como promotoras y gestoras de un impacto positivo en su entorno tanto interno como externo.

El presente trabajo de grado busco brindar una asesoría a la empresa Hotel Campestre el Danubio, ubicada en el K 6 vía Cartago – Cali. Este estudio se hizo con el propósito de evaluar cuáles son las falencias en las dimensiones que intervienen en la Responsabilidad Social Empresarial. En este proceso de intervención se utilizaron las herramientas al alcance de los investigadores que les permitieron determinar las fallas existentes y plantear una propuesta que al ser adoptada o implementada por la organización le permita lograr mejoras sustanciales en sus procesos.

La metodología y el desarrollo de este trabajo se ordenaron en una serie de pasos que lo que buscaban era profundizar en el tema de Responsabilidad Social Empresarial basados en antecedentes o investigaciones realizadas con anterioridad. Para esto es indispensable el esclarecimiento del tema, ¿qué es la Responsabilidad Social Empresarial?, ¿de dónde nace y cuáles son sus objetivos? De igual forma, se hizo importante explorar en algunas posturas que brindaron aproximaciones a esta realidad a la que se enfrentan las organizaciones de hoy.

Finalmente al llevar a cabo el proceso de investigación se pretendió tener una visión más amplia y clara de los conceptos e instrumentos con los que se abordó la fase exploratoria la cual permitió diagnosticar una propuesta satisfactoria para las partes involucradas.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La intervención se llevó a cabo en el Hotel Campestre el Danubio de la ciudad de Cartago Valle, el trabajo de investigación se enfocó en determinar las falencias del mismo en todo lo relacionado con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, entendiendo este como la forma en que las empresas voluntariamente adoptan estrategias para contribuir de alguna forma en el mejoramiento social, ambiental y económico de la organización y el entorno en el que desarrolla su actividad.

1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Durante la duración de la asesoría el Hotel Campestre el Danubio de la ciudad de Cartago Valle se encontraba en un proceso de certificación en calidad, lo que hizo indispensable adoptar prácticas que le permitieran demostrar el interés suscitado en todo lo relacionado con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, ya que hasta la fecha no existía forma alguna para adoptar y evaluar estrategias que les permitieran mejorar de forma sustancial sus procesos involucrando en estos la RSE. Cabe resaltar que de forma involuntaria realizaban prácticas que de forma positiva o negativa generan algún impacto a la organización pero estas se realizaban sin ningún tipo de control ni medición de sus reales beneficios.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial aparece en 1950, año en que la escuela norteamericana de administración decide que es importante ver u observar cual es la importancia de las empresas en el ámbito social. Cabe resaltar que antes de esta fecha ya se hablaba del concepto y un ejemplo de ello es que en 1923 Andrew Carnegie, manifestaba que las personas que poseían grandes cantidades de dinero y que eran dueños de empresa deberían administrar sus recursos no solo para un beneficio personal, sino que también buscaran retribuir y brindar oportunidades a la sociedad.

Pero es hasta 1953 que de forma clara se habla del término, en un libro llamado Responsabilidades Sociales del Hombre de Negocios, escrito por Howard Bowen en el que se plantea que los lineamientos, objetivos y decisiones que se tomen en las empresas deben estar ligados con los valores de la sociedad en la que se desenvuelve.¹

¹ La responsabilidad social como actor fundamental en el crecimiento empresarial y de la sociedad. [En línea] 2010 [Citado 28-sep-2016]. Disponible en internet: <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/463/1/MorenoMartinJohn2010.pdf>

El mundo pasa por innumerables problemas como los son: la pobreza, la violencia, el analfabetismo, la corrupción, entre otras problemáticas que desencadenan en ciertas situaciones que impiden un mayor control; es por eso que con el pasar de los años, el estado, la sociedad civil, las organizaciones internacionales y las empresas han decidido colaborar con diferentes causas, a esto se le llama filantropía, es un término que hace referencia a la ayuda desinteresada que prestan las personas u organizaciones a otros que lo necesitan de forma altruista y sin esperar a cambio intereses económicos; actualmente esas prácticas han tomado fuerza y se realizan de forma organizada.

Son muchos los problemas sociales con los cuales el estado o las ONG'S no pueden solos, esto da inicio a la Responsabilidad Social Empresarial por parte de las organizaciones, quienes desean retribuir de cierta forma los beneficios que le brinda la sociedad y su entorno, ya que son estos quienes le proporcionan las posibilidades de obtener materias primas, un buen mercado, demanda y sostenibilidad de la empresa en el tiempo, por lo cual se debe hacer un contrapeso a los impactos negativos que generan las organizaciones con sus actividades.

En este caso específico en el Hotel Campestre el Danubio se llevó a cabo un trabajo de investigación con el fin de utilizar herramientas al alcance de los involucrados en el proceso de recolección de información que sirvió como soporte para determinar los lineamientos necesarios bajo los cuales se desarrollaron las propuestas a implementar por parte de los encargados del hotel.

Se precisa especificar que se llevó a cabo un primer acercamiento a las instalaciones donde funciona el hotel, en el que se obtuvieron hallazgos de suma importancia para detallar que bajo la modalidad de observación y entrevistas realizadas al personal colaborador. Se evidenció que aunque tienen conocimiento de todo lo relacionado con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial no lo manejaban al menos de forma consciente, las falencias ayudan a vislumbrar la situación actual del hotel lo que es un reflejo de un proceso de administración inestable lo que ha traído como consecuencia un desconocimiento de los procesos de la empresa.

En este momento aproximadamente desde el mes de junio del año 2016 el grupo GALO se hizo cargo del funcionamiento del Hotel Campestre el Danubio quien asumió un proceso de transformación que buscaba lograr un posicionamiento y por ende un mayor reconocimiento en la región.

Un factor a tener en cuenta es la alta rotación del personal lo que generaba cierta inconformidad entre los colaboradores.

En la parte ambiental no contaban con puntos ecológicos, no trabajan en la disminución o aprovechamiento de los recursos naturales y lo más importante es que para deshacerse de los residuos sólidos haciendo referencia a las basuras

implementan unas quemas programadas generando un impacto negativo al ecosistema de su entorno.

Con los clientes su relación estaba en función estricta al servicio que ofrecen en este caso el de hospedar, pues no buscan estrategias que involucren al huésped en actividades en pro de su bienestar.

Aunque de forma empírica ayudaban a su comunidad inmediata puesto que colaboraban con una escuela de fútbol a la que le brindaban las instalaciones para que pudieran entrenar y estaban en la fase de organizar un torneo deportivo, no obstante no tienen en cuenta si este generaba un impacto positivo en su comunidad o área de influencia

Por las razones mencionadas anteriormente se hizo indispensable buscar instrumentos que posibilitaran trabajar en la organización ya que no contaba con un diseño de RSE, y esto se vio reflejado en los procesos que realizaba sin conocimiento de los impactos que pudiera provocar en su entorno.

La Responsabilidad Social Empresarial es entonces una práctica que deberían llevar a cabo todas las empresas sin importar su tamaño pero no es así, teniendo en cuenta que son prácticas que de forma voluntaria asumen las organizaciones; es por eso que se ve la necesidad de que las empresas tomen conciencia de sus impactos e implementen buenas prácticas; por tal razón el presente documento se plantea el siguiente interrogante: ¿Cómo elaborar la propuesta de un sistema de responsabilidad social empresarial para el Hotel Campestre el Danubio de la ciudad de Cartago – Valle?

La idea general fue hacer una intervención o asesoría con el fin de elaborar el diseño de un sistema de RSE en el Hotel Campestre el Danubio y por ende estudiar los factores que intervenían en su desarrollo. Su estructura general abordó las siguientes inquietudes: ¿Qué factores intervienen en el desarrollo de un sistema de RSE? ¿Cuál es la situación actual de la empresa en estos factores? ¿Cuáles son los beneficios de este sistema de RSE para todas las partes involucradas?

La idea que se abordó en la investigación fue buena o adecuada porque es un factor clave para el desarrollo de la empresa, le ayuda a facilitar sus procesos, además de fortalecer la información necesaria para afrontar problemáticas y que estas no afecten en el desarrollo y crecimiento de la empresa.

Su principal motor era el de solucionar la problemática que se presentaba en la empresa ya que no contaba con un diseño de RSE, y esto se veía reflejado en los procesos que realizaba sin conocimiento de los impactos que pudiera provocar en su entorno.

La empresa requería de la propuesta de un Sistema de Responsabilidad Social Empresarial como parte de sus planes estratégicos para obtener un mayor valor

agregado a sus servicios, es por esto que se llevó a cabo en el Hotel Campestre el Danubio una acción mejoradora en los factores relacionados con la RSE.

La presente investigación fue viable porque el Hotel Campestre el Danubio requería de la asesoría en el tema, además de contar con el tiempo disponible, el acceso al lugar y a la información necesaria para llevar a cabo el estudio; también es una investigación con alto contenido que permite obtener conocimiento tanto para la empresa como para los grupos interesados, a los cuales los puede afectar de forma positiva ya que proporciona acciones mejoradoras.

1.1.1 Antecedentes

Los trabajos de investigación consultados tienen como fin ofrecer una sustentación teórica basada en estudios anteriores, que permitieran ser referencia para la intervención sobre Responsabilidad Social Empresarial que se realizó en el Hotel Campestre el Danubio.

Uno de los trabajos consultados es una investigación llamada: La investigación de la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. Análisis y revisión de la literatura científica. Realizada por: David Daniel Peña Miranda, Antonio Guevara Plaz, José Antonio Fraiz Br. En la que se plantea que en la última década ha cobrado importancia el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial no solo en el ámbito empresarial general si no como se enfoca en esta investigación al sector hotelero específicamente; en el trabajo en mención se hace un rastreo sobre los artículos más importantes de revisión bibliográfica en materia de Responsabilidad Social Empresarial desde el ámbito general del management, seguido de un análisis y revisión exhaustivo de la literatura científica producida en la industria hotelera durante los últimos diez años.

En esta recopilación de información se pudo concluir que el concepto ha tenido una evolución más desde el punto de vista filantrópico que del normativo, teniendo en cuenta que el sector hotelero es uno de los campos con mayor crecimiento económico se hace indispensable resaltar que sigue siendo escasa la investigación de la RSE en el sector y que está ligada solo a tener beneficios financieros.

Por otra parte, los autores Laura Arango Cardona, Eliana Marcela Palacios Ospina; en el trabajo de grado que lleva por nombre Diseño de una propuesta de estrategia de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Carsystem Andina. En su fase exploratoria se efectuaron unas encuestas a una parte del personal escogido de forma aleatoria teniendo en cuenta los cargos que desempeñaban dentro de la organización, su fin específico era el de medir el bienestar y satisfacción de los colaboradores. Por otro lado, se ejecutaron reuniones con la parte administrativa para tratar temas referentes a la parte ambiental de la empresa dándose cuenta de

la escasa RSE que manejaban quedando en evidencia las falencias que poseen con respecto a este tema.

Como conclusiones se obtuvieron que es sumamente importante adoptar estrategias que le permitieran a la organización verse a sí misma como socialmente responsable y para lograrlo debieron adoptar una serie de pautas en lo concerniente a sus colaboradores y su entorno específico, vinculando de forma activa a sus familias logrando satisfacer sus necesidades.

En la parte ambiental se concluye la poca normatividad existente que posee la empresa en lo referente a este tema en particular y la forma en la que abordaran soluciones para contribuir de forma concreta en la solución de dicha problemática. Las estrategias que se plantean hacen alusión a la implementación de políticas de reciclaje y de manejo de residuos sólidos, ya que esta no capacita en este tipo de temas y no tiene claro la distribución y fin de los desechos que produce.

En el Proyecto de Grado Análisis sectorial: sector hotelero en Colombia. Hecho por: Juan Pablo Barrera, Juliana Leyva, Daniel Maldonado Villamil, Adriana Marcela Primero. Se utilizaron herramientas de análisis como el Benchmarking para vislumbrar como se manejaba la competencia en el sector, de esta forma se analizó un establecimiento en comparación con los que de forma similar se encuentren constituidos, tanto a nivel de composición del producto que ofrecen como de resultados obtenidos.

A su vez, se tuvieron en cuenta los análisis a los entornos específicos tales como: el cultural, económico, social, político y normativo legal, puesto que hay variables que afectan de forma significativa a cada uno de los entornos mencionados con anterioridad y esa afectación depende en gran parte de aspectos geográficos teniendo en cuenta que la investigación se llevó a cabo en Colombia. Sumado a esto el análisis externo, empleando como herramienta las cinco fuerzas de Porter. Sirve como complemento al trabajo de campo realizado.

Dicho esto se concluye, que el sector hotelero en Colombia es sumamente atractivo para la inversión nacional y extranjera; por este motivo se ha visto en los últimos años el crecimiento que ha sufrido el sector lo que se ve reflejado en las innumerables oportunidades ofrecidas al público, teniendo en cuenta que para llamar la atención de clientes y ampliar la segmentación o participación en el mercado los hoteles dinamizan sus servicios para así lograr reconocimiento.

Paul Capriotti Peri, Francisca Schulze Lepe. En su libro Responsabilidad Social Empresarial, manifiestan que en el ámbito empresarial hay dos posiciones que claramente generan ambigüedad en el concepto de RSE. Por una parte, hay quienes aseveran que la responsabilidad de las organizaciones está directamente relacionada con sus accionistas, por ende defienden la realidad que profesan y es que el valor económico es lo principal en las empresas. Mientras que para otros pensadores el actuar de las organizaciones no solo debe estar enfocado en

aspectos económicos solamente, sino que deben tener en cuenta lo social, la parte ética y filantrópica y ver la forma de contribuir al entorno en el que desarrolla su actividad.

Durante los últimos 50 años las organizaciones de manera progresiva se han ido dando cuenta de la importancia de la responsabilidad social dentro del ámbito empresarial, lo que les permite tener una mayor aceptación de la sociedad en la que desarrollan su actividad.

La Ciudadanía Corporativa es un concepto que se ha introducido como manifestación clara de las responsabilidades que los individuos tienen con el entorno y cotidianidad de las organizaciones. Dicho esto y para concluir, las prácticas que se observan en dichas actividades están encaminadas al comportamiento cívico de las empresas, viéndolo desde el punto de vista ético y moral para así conjugar la estrategia de la organización en pro de lograr contribuir a la adaptación de las compañías a la nueva realidad social en la que vivimos.

En el artículo: Responsabilidad Social en el sector hotelero colombiano y escrito por: Carolina Torres Castillo y Sandra Idrovo Carliery de la revista portafolio se habla de la importancia de lograr un equilibrio entre la razón de ser de las compañías versus la parte social y ambiental. De esta forma no comprometer los recursos de las generaciones futuras, esto teniendo en cuenta que en la actualidad se hace más frecuente que para clientes u organizaciones en general para llegar a tener algún tipo de vínculo, sea necesario demostrar que la empresa incorpora el concepto de RSE.

Por medo de un trabajo de investigación en fuentes secundarias y análisis cualitativo. Se determinó que en Colombia el crecimiento del sector hotelero ha sido vertiginoso según lo mencionado por “ ‘CSR in Tourism Study’, en el que participaron 10 de las cadenas más prestigiosas del mundo, el mayor porcentaje de sus acciones en RSC (35 %) se encaminan a temas ambientales, dentro de los que se incluyen: la conservación de ecosistemas (29 %), usos de nuevas tecnologías para el ahorro de energía (21 %), agua (11 %) y reciclaje (16 %). El 28 % corresponde a acciones de impacto social y el porcentaje restante se dedica a temas como el impacto económico y otros.”²

Como conclusión de esta investigación se pudo obtener que aunque el sector hotelero si busca implementar estrategias estas no están integradas entre sí, lo que limita su actuar; puesto que aunque se entienden como estrategias, sobre estas no hay ningún tipo de control con el que se logre observar si de forma concisa se tienen resultados positivos.

² Responsabilidad social en el sector hotelero colombiano. [En línea]. 2013 [Citado 12-ene-2018]. Disponible en internet: <http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/responsabilidad-social-sector-hotelero-colombiano-83850>

Andrés Mauricio Asprilla Leudo, Diana Marcela López Serna en su Trabajo de Grado que lleva por nombre: Caracterización de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial orientadas a los grupos de interés medio ambiente y comunidad implementadas por las ladrilleras del municipio de Cartago. El cual se encuentra en la biblioteca de la Universidad del Valle sede Cartago. En su investigación pusieron en funcionamiento una serie de pasos con los que lograron implementar o utilizar herramientas con el fin de manipular datos cualitativos. Por otro lado utilizaron la entrevista que permite acceder a la información que se quiere en el momento adecuado, documentos, entrevistas y páginas de internet para de esta manera extraer la información que se requería y así iniciar el proceso de investigación, el cual arroja información sustancial y concluyente del tema en cuestión.

Es preciso mencionar que las ladrilleras de Cartago en su Planeación Estratégica no tienen en cuenta la RSE. Es decir, que para su funcionamiento el concepto no genera relevancia alguna, lo que quizás es una muestra fehaciente de que este sector desconoce de cierta forma todo lo relacionado con la Responsabilidad Social Empresarial.

Explicado todo lo que relaciona el concepto se muestra un interés por parte de las ladrilleras y aunque dan señal de querer implementarla carecen de conocimientos frente al tema, lo que de cierta forma impide dar pasos que le permitan llegar a implementar estrategias relacionadas a mejorar sus procesos.

En la Revista de Tecnología - Journal of Technology Volumen 8 No. 1 Claudia Cárdenas Acosta escribe sobre: Responsabilidad Social Empresarial - "Un aporte al proceso de desarrollo" en su proceso investigativo hizo un recuento de la evolución del concepto de responsabilidad social empresarial, menciona que con la globalización a las empresas se les hace necesario tener un factor diferenciador, lo que posiblemente les genere una ventaja competitiva y así permanecer a través del tiempo.

Partiendo desde el origen del concepto y su definición la investigación muestra cuales son los benéficos (legales, financieros, laborales, entre otros) otorgados por la RSE, la descripción de los elementos fundamentales y menciona como las empresas pueden lograr cambios implementando una serie de etapas, las cuales parten de la negación cuando creen que su actuar no genera daño alguno pasando por el cumplimiento, la gestión y la estrategia; teniendo como referencia la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social.

El Libro Responsabilidad Social Empresarial Desde La Gestión Humana. Cuyos autores son: Jenny Melo, Kareem Sánchez y Mónica García, quienes plantearon desde el punto de vista de su investigación enfocada en las áreas funcionales de tres organizaciones del departamento del Valle del Cauca.

Su trabajo se desarrolló enmarcado en todo lo relacionado con la definición del concepto de Responsabilidad Social Empresarial pero abordando la evolución que

ha sufrido el concepto desde el punto de vista humanístico. En su observación analizan como la RSE está relacionada de forma directa con la gestión humana; asimismo las empresas trabajan y conjugan la perspectiva general y la perspectiva humana. Así pues, en su trabajo proponen la forma en la que las organizaciones deberían abordar este tema teniendo claro que su modelo está dirigido al área de gestión humana como recurso valioso de las empresas.

Tabla 1. Antecedentes

En la siguiente tabla se presentan investigaciones realizadas con anterioridad que sirven como apoyo a la hora de realizar los procesos de intervención.

TIPO	TÍTULO	AUTOR	TOMA-DO DE	METODO-LOGÍA	RESUL-TADOS	VARIA-BLE
Investi-gación	La investi-gación de la responsabili-dad social empre-sarial en el sector hotelero. Análisis y revisión de la literatura científica	David Daniel Peña Miranda, Antonio Guevara Plaz, José Antonio Fraiz Brea	http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4623	Revisión descriptiva, análisis y la revisión de la literatura científica	Concluye que sigue siendo escasa la investigación de la RSE en el sector hotelero	Análisis de prácticas de RSE y si existe relación con la parte financiera del sector
Trabajo de Grado	Diseño de una propuesta de estrategia de responsabilidad social empresarial para la empresa Carsystem Andina	Laura Arango Cardona, Eliana Marcela Palacios Ospina	Escuela de ingeniería de Antioquia	Fase exploratoria y búsqueda en internet, entrevistas a los principales directivos.	Se identificó que la empresa tiene una gran falencia en el ámbito de responsabilidad social con el medio ambiente y trabajadores	Se estudia la situación de la empresa con el medio ambiente

Continuación tabla 1. Antecedentes

TIPO	TÍTULO	AUTOR	TOMA-DO DE	METODO-LOGÍA	RESUL-TADOS	VARIA-BLE
Proyecto de Grado	Análisis sectorial: sector hotelero en Colombia	Juan Pablo Barrera, Juliana Leyva, Daniel Maldonado Villamil, Adriana Marcela Primero	/repositor y. icesi.edu.co /biblioteca _digita l/.../1/análi sis _sectorial _hotelero.	Análisis externo, empleando como herramient a las cinco fuerzas de Porter	Es un sector sumamente atractivo para la inversión nacional y extranjera. Teniendo en cuenta la situación actual de Colombia	Análisis de todos los grupos de interés del sector hotelero
Publi-cación (Libro)	Respon-sabilidad Social Empresarial	Paul Capriotti Peri, Francisca Schulze Lepe	Biblioteca	Experien-cias y estudios investigati-vos	La RSE contribuye al crecimiento empresarial y crea valor en los grupos de interés	Se estudia el tipo de valor agregado que genera la RSE
Artículo	Respon-sabilidad Social en el sector hotelero Colombiano	Carolina Torres Castillo, Sandra Idrovo Carliery	www.portafolio.co/opinion/redacción-portafolio/responsabilidad-social-l-sector-hotelero-colombiano-83850	Investiga-ción en fuentes secunda-rias	Existen prácticas y políticas en sostenibi-lidad y respon-sabilidad social corporativa, pero no se encuentran integradas entre sí	Se busca una mayor alineación entre los grupos de interés que forman parte del sector hotelero
Trabajo de Grado	Caracterizaci ón de las prácticas de responsa-bilidad social empresarial orientadas a los grupos de interés, medio ambiente y comunidad implemen-tadas por las ladrilleras del municipio de Cartago	Andrés Mauricio Asprilla Leudo, Diana Marcela López Serna	Biblioteca Universidad del Valle Sede Cartago	Se manejan datos cualitativos, así mismo las entrevistas y páginas de internet que permiten acceder a la información que se quiere en el momento adecuado	Las ladrilleras de Cartago en su planeación estratégica no tienen en cuenta la RSE, aunque dan señal de querer imple-mentarla carecen de conoci-mientos frente al tema	Se realiza una evalua-ción del concepto de RSE que manejan las ladrille-ras

Continuación tabla 1. Antecedentes

TIPO	TÍTULO	AUTOR	TOMA-DO DE	METODO-LOGÍA	RESUL-TADOS	VARIA-BLE
Revista	Respon-sabilidad social empresarial “Un aporte al proceso de desarrollo”	Claudia Cárdenas Acosta	Revista de Tecno-logía - Journal of Technolo-gy Volume n8 No. 1	Investiga-ción de conceptos a través del tiempo	La importan-cia de la RSE en las empresas, trabajar en pro de la calidad genera un mayor acceso al mercado	La imple-mentación de la RSE trae consigo la mejora continua aportando creci-miento
Libro	Respon-sabilidad Social Empresarial Desde La Gestión Humana	Jenny Melo, Karem Sánchez, Mónica García	Universi-dad Del Valle Sede Cartago	Grupo de Investiga-ción, Apoyo de Libros y páginas de Internet	Guía de pasos para lograr imple-mentar la RSE enfocada en los colabora-dores	El factor clave de la RSE es el recurso humano

Fuente: Elaboración propia

Tener en cuenta estudios llevados a cabo, permitió observar de qué forma se realizaron los procesos de investigación y las herramientas utilizadas en la fase de abstracción de la información. Lo que permitió estudiar con anticipación los posibles inconvenientes que pudieran surgir en el día a día de las actividades que se plantearon para el cumplimiento de los objetivos.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 General

Proponer un sistema de Responsabilidad Social Empresarial para el Hotel Campestre el Danubio de la ciudad de Cartago – Valle, que le permita conocer su situación actual frente a los grupos de interés implicados en el desarrollo de la organización.

1.2.2 Específicos

- Analizar el ambiente externo y la situación interna del Hotel Campestre el Danubio para identificar sus amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades, de esta forma se obtiene un diagnóstico y se determinan las estrategias a seguir.
- Identificar el sector al cual pertenece la empresa con el fin de conocer su perfil competitivo mediante estudios comparativos con otras empresas similares.
- Formular una propuesta de un sistema de Responsabilidad Social Empresarial para el Hotel Campestre el Danubio.
- Elaborar el plan de acción para la propuesta del sistema de Responsabilidad Social Empresarial.
- Diseñar el sistema de seguimiento y control para el Hotel Campestre el Danubio.

1.3 JUSTIFICACIÓN

En Colombia la Responsabilidad Social Empresarial ha venido creciendo de forma significativa como un tema de interés por parte de todas las empresas sin distinguir a que sector pertenecen; la RSE es vista más que como una regla, como una estrategia que pueden implementar para obtener valor agregado en sus procesos y actividades, una mejora continua en todos los ámbitos que la rodean y que de alguna forma intervienen en su desarrollo.

El estudio planteado en este documento recobra importancia en la medida que permite profundizar en la teoría que tiene de fondo la Responsabilidad Social Empresarial, de manera que se identifiquen los factores que intervienen en el diseño del sistema de RSE y la situación actual del hotel frente a estos. La utilidad de este trabajo empresarial radica en la posibilidad de establecer el sistema de RSE a implementar en la organización, a través de estrategias que buscaban generar un valor agregado para la empresa y sus servicios.

Por su parte, la novedad de esta propuesta se da debido a que el Hotel Campestre el Danubio aún no contaba con un análisis que le permitiera sentar bases para elaborar el sistema de Responsabilidad Social Empresarial; de esta manera se da cumplimiento al impacto social gracias a la elaboración de una propuesta pertinente del sistema de RSE que involucra a la sociedad como uno de los factores externos

que intervienen directamente en la empresa, por tanto, la proyección que tiene dicho sistema es beneficiar a la comunidad interna y externa de la empresa viéndose reflejados en las implicaciones prácticas del estudio, ya que propende por mejorar las condiciones de los grupos de interés (empleados, clientes, colaboradores, entre otros) y complementar los procesos internos.

La investigación trajo consigo un valor teórico gracias a que permite cubrir falencias respecto al conocimiento de este tema en particular y los factores que lo componen; además apporto conocimientos y formación en la vida como profesionales, brindando una guía en el momento de enfrentarse a la realidad con una empresa y aplicar estrategias de mejoramiento que impliquen prácticas socialmente responsables que fomenten el desarrollo de todas las partes involucradas.

Finalmente, se brindó un aporte a la Universidad del Valle y sus estudiantes, mediante un discernimiento crítico en cuanto a la responsabilidad que tienen las empresas con su comunidad, dejando claro que esta no debe limitarse al aprovechamiento de los recursos materiales, humanos, técnicos y financieros que estas poseen, por el contrario las entidades debe mantener un compromiso con todas las áreas internas y externas de la empresa para garantizar así un desarrollo sostenible que proporcione bienestar a la sociedad y al medio ambiente con prácticas éticas y morales.

También es importante generar conciencia en las personas para que comprendan que no son ajenos a la cotidianidad de las organizaciones, más bien cada uno son un escenario necesario para el desarrollo sostenible de las empresas.

1.4 DISEÑO METODOLÓGICO

1.4.1 Hipótesis

1.4.1.1 Hipótesis de la investigación

La propuesta más adecuada de un diseño de Responsabilidad Social Empresarial es un proceso dinámico el cual ayuda al cumplimiento de la estrategia central de la empresa, y permite una estrecha relación con los grupos de interés de la misma; teniendo en cuenta aspectos éticos, sociales y medioambientales, creando un valor compartido.

1.4.1.2 Hipótesis nula

La propuesta más adecuada de un diseño de Responsabilidad Social Empresarial no es un proceso dinámico el cual ayuda al cumplimiento de la estrategia central de la empresa, y permite una estrecha relación con los grupos de interés de la misma; teniendo en cuenta aspectos éticos, sociales y medioambientales, creando un valor compartido.

1.4.2 Diseño de la investigación

El presente estudio abordó un diseño no experimental, ya que no se pretendió manipular variables, sino observar sus comportamientos en el entorno en el cual se desarrollaban. Según Sampieri la investigación no experimental se puede definir “como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.”³

El fin de este estudio fue observar las situaciones ya existentes relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial, además no se provocó situaciones en específico; en el estudio no experimental no se tiene control directo sobre las variables ni influir en ellas o en sus efectos.

“La investigación no experimental es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido. Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directa, y dichas relaciones se observan tal como se han dado en su contexto natural.”⁴

El diseño experimental a su vez se clasifica en un diseño de investigación transeccional o transversal, puesto que el presente estudio solo buscaba analizar las situaciones o factores de Responsabilidad Social Empresarial en un momento específico, sin pretender su análisis o comportamiento a través del tiempo. “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.”⁵

³ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología de la investigación. 4 ed. México: McGraw-Hill interamericana, 2006. p. 205.

⁴ HERNÁNDEZ SAMPIERI. Op. cit., p. 207

⁵ Ibíd., p. 208

1.4.3 Enfoque de la investigación

Existen diversas corrientes de pensamiento que han surgido para la búsqueda del conocimiento; es por eso que el presente estudio posee un enfoque cualitativo de investigación, ya que utilizo una recolección de datos sin medición numérica sino más basado en la observación, esto es lo que se requiere para desarrollar una propuesta de un diseño de RSE.

Este enfoque se caracteriza por:

No se inicia la investigación con una teoría en particular sino que primero se examina el mundo social y en el proceso se desarrolla una teoría congruente con lo observado. Es decir, el enfoque cualitativo es un proceso inductivo que va de lo particular a lo general.

Las hipótesis surgen durante la investigación y se afinan con la recolección de los datos.

Los métodos de recolección de datos en el enfoque cualitativo no son estandarizados, no se requiere medición numérica y análisis estadístico. Se busca encontrar perspectivas y puntos de vista de las personas involucradas en el estudio, se puede definir como una indagación subjetiva.

El investigador utiliza técnicas para recolectar datos como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, interacción e introspección con grupos o comunidades.

No hay manipulación de la realidad, sino una evaluación de las situaciones en su desarrollo natural.⁶

En el estudio se buscó analizar los factores de Responsabilidad Social Empresarial en sus ambientes naturales, al igual que el comportamiento de las personas involucradas en estos; no se buscó manipular o controlar estos factores, solo su observación y análisis. Se buscó una interacción y compromiso con las partes o grupos de interés estudiado, sus experiencias personales, puntos de vista, entre otros. Se pretendió emplear un estudio flexible que se adaptara a las situaciones que se presentaron y examinarlos tal y como son percibidos por los participantes de la investigación.

1.4.4 Diseño del proceso de investigación cualitativa

El presente estudio fue realizado con un diseño de investigación – acción, ya que es el más adecuado para llevar a cabo una exploración y análisis en

⁶ HERNÁNDEZ SAMPIERI. Op. cit., p. 8-9

Responsabilidad Social Empresarial; en su libro Sampieri hace referencia al propósito de este diseño, “La finalidad de la investigación-acción es resolver problemas cotidianos e inmediatos (Álvarez- Gayou, 2003) y mejorar prácticas concretas. Su propósito fundamental se centra en aportar información que guíe la toma de decisiones para programas, procesos y reformas estructurales.”⁷

Lo anterior hace referencia a la importancia de este diseño en el estudio a realizar en RSE, en el cual se hizo una intervención con el fin de generar prácticas que llevaran al cambio y la mejora en los factores de RSE, transformar la situación actual del hotel el Danubio hacia una de mayor calidad, también se buscó generar mayor conciencia de dichos factores en los grupos de interés.

Este tipo de diseño requiere la participación de las partes involucradas en el problema o situación a resolver, es decir, las partes involucradas con la RSE del hotel el Danubio, son quienes mejor conocen el estado actual, los beneficios y las falencias que se deben mejorar. Asimismo es importante mencionar el entorno en el cual se desarrolla el hotel, el cual es de mucha influencia para llevar a cabo la investigación.

El objetivo no fue solo hacer una exploración en los temas antes mencionados, sino también presentar propuestas de transformación y mejora para los problemas que se evidencien. Esta intervención implicó la colaboración de todos los participantes, ya que “En los diseños de investigación - acción, el investigador y los participantes necesitan interactuar de manera constante con los datos. Las tres fases esenciales de los diseños de investigación - acción son: *observar* (construir un bosquejo del problema y recolectar datos), *pensar* (analizar e interpretar) y *actuar* (resolver problemas e implementar mejoras), las cuales se dan de manera cíclica, una y otra vez, hasta que el problema es resuelto, el cambio se logra o la mejora se introduce satisfactoriamente (Stringer, 1999).”⁸

Este estudio tuvo un diseño de investigación - acción teniendo en cuenta que se hizo con la ayuda de la observación no participante, ya que no se buscó una relación directa con el objeto de estudio, solo registrar información y obtener datos con la mayor objetividad y veracidad posible.

1.4.5 Método de investigación

El método de investigación utilizado para realizar el estudio fue el método de observación, ya que se pueden examinar los hechos y las situaciones como se presentan y de esta forma hacer un seguimiento por escrito. Méndez citando a Cervo y Bervian define la observación como “el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un

⁷ HERNÁNDEZ SAMPIERI. Op. cit., p. 706

⁸ Ibíd., p. 708

esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar”⁹

En el estudio se llevó a cabo la observación no participante de los factores internos y externos que componen la Responsabilidad Social Empresarial. La observación se hizo sobre los grupos de interés, es decir, personal, clientes, proveedores, medio ambiente y comunidad. La observación externa se hizo a través de procedimientos planeados de forma sistematizada para definir claramente los objetivos de la exploración sin generar una relación directa, así obtener datos confiables y por ende buenos resultados.

Con este método se puede obtener información específica y conveniente que de una u otra forma no se puede obtener, se pueden analizar comportamientos en entornos naturales sin alteraciones, además de ser información verídica.

Otro método que se empleó en el estudio sobre Responsabilidad Social Empresarial fue el método inductivo el cual permitió un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación; este método permitió ir de proposiciones o ideas particulares a unas generales. Según Méndez “la inducción permite al investigador partir de la observación de fenómenos y situaciones particulares que enmarcan el problema de investigación [...] y concluir proposiciones y, a su vez, premisas que expliquen fenómenos similares al analizado.”¹⁰ De esta forma se adquiere conocimiento inductivo, con el cual se pueden establecer leyes generales a partir de análisis empíricos.

1.4.6 Técnicas / instrumentos para la recolección de datos

Los métodos acordes con el estudio para recoger información fueron la observación no participante y la entrevista, ya que permiten un acercamiento con la investigación planteada con un enfoque cualitativo.

La observación no participante implicó el estudio de situaciones específicas, además se recogió la información desde afuera sin intervenir en el objeto de investigación, desempeñando el papel de un espectador pasivo que registra información para lograr el análisis de eventos y sucesos que ocurren con los participantes involucrados en el estudio, además permitió obtener datos que de otra forma no pudieran ser recolectados.

Sampieri cita en su libro algunas finalidades de la observación en los estudios cualitativos, estos son: “Los propósitos esenciales de la observación en la inducción cualitativa son: a) explorar ambientes, contextos, subculturas y la mayoría de los

⁹ MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación. Colombia: McGraw-Hill interamericana, 2001. p. 143.

¹⁰ MÉNDEZ ÁLVAREZ Op. cit., p. 144

aspectos de la vida social (Grinnell, 1997); b) describir comunidades, contextos o ambientes; asimismo las actividades que se desarrollan en estos, las personas que participan en tales actividades y los significados de las mismas (Patton, 1980); c) comprender procesos, vinculaciones entre personas y sus situaciones o circunstancias, los eventos que suceden a través del tiempo, los patrones que se desarrollan, así como los contextos sociales y culturales en los cuales ocurren las experiencias humanas (Jorgensen, 1989); d) identificar problemas (Grinnell, 1997); y e) generar hipótesis para futuros estudios”.¹¹

Algunos elementos que se pueden observar en las investigaciones son: ambiente o entorno físico, ambiente social y humano, actividades y acciones individuales y/o colectivas, funciones de los participantes y herramientas que utilizan, hechos relevantes, entre otros. La observación se enfoca en las unidades de análisis que sean necesarias para llevar a cabo la investigación.

La entrevista es otro método que se utilizó para recolectar información, según el autor Sampieri la entrevista cualitativa es íntima, flexible y abierta; es una reunión para intercambiar información entre una persona y otras (entrevistador y entrevistados). Sampieri citando a Janesick expresa que “en la entrevista, a través de las preguntas y respuestas, se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a una tema (Janesick, 1998)”.¹² A través de la entrevista se logró una interacción con los participantes del estudio, así mismo con la ayuda de preguntas se obtuvo información detallada de los temas que son objeto de análisis.

1.4.7 La muestra

La muestra es un subgrupo de la población a la cual se le realizó el estudio; también se puede definir como un subconjunto que a su vez pertenece a un conjunto mayor que cuenta con unas características específicas, y estas son objeto de investigación. El estudio de Responsabilidad Social Empresarial posee un enfoque cualitativo y por lo tanto su muestra es no probabilística.

“En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico, ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de una persona o de un grupo de personas y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación”.¹³

¹¹ HERNÁNDEZ SAMPIERI. Op. cit., p.588

¹² *Ibíd.*, p. 597

¹³ *Ibíd.*, p. 241

Por lo tanto la unidad de análisis o muestra del estudio estuvo compuesta por 40 entrevistas que se llevaron a cabo a los grupos de interés del Hotel Campestre el Danubio (empleados, clientes y la comunidad) y estos no contaron con una selección aleatoria, sino que siguieron los criterios necesarios para realizar de forma satisfactoria dicho estudio.

1.4.8 Las fuentes de información

Las fuentes de información que se utilizaron para recolectar datos son:

1.4.8.1 Fuentes primarias

La aplicación de entrevistas a los diferentes participantes del estudio, como son los grupos de interés del Hotel Campestre el Danubio; entrevista a su gerente, su jefe de recursos humanos, entre otros.

1.4.8.2 Fuentes secundarias

Fuentes bibliográficas como trabajos de grado, artículos, revistas, entre otros, relacionados con los temas estudiados, algunos de estos son: Introducción a la Teoría General de Sistemas de Oscar Johansen; Responsabilidad Social Empresarial de Christian Cancino y Mario Morales; Responsabilidad Social Empresarial de Paul Capriotti Peri y Francisca Schulze Lepe; Metodología de la Investigación de Roberto Hernández, Carlos Fernández y Pilar Baptista; Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación de Carlos Méndez, entre otros.

También se usa información web que permitió la obtención y análisis de datos para lograr el diseño de Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 2. Matriz de descripción y abordaje de los objetivos

Esta matriz contiene una interpretación de cada uno de los objetivos específicos que abordó esta investigación, los cuales tienen un tiempo determinado para su ejecución, se describen los indicadores que se llevaron a cabo para su realización, por medio de unas actividades, las cuales son necesarias para lograr dichos objetivos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS	INDICADORES	ACTIVIDADES
Analizar el ambiente externo y la situación interna del Hotel Campestre el Danubio para identificar sus amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades.	Para el mes de noviembre del 2017 se realizó un análisis de la situación interna y externa con la ayuda de una matriz DOFA.	Matriz DOFA elaborada e informe de análisis interno terminado.	Recopilación de datos existentes y de información. Entrevista a los empleados que más conocen sobre el hotel y con más tiempo laborando allí.
Observar el sector al cual pertenece la empresa con el fin de conocer su perfil competitivo mediante estudios comparativos con otras empresas similares.	Para los meses de octubre y noviembre de 2017 se hizo un análisis del perfil competitivo del hotel el Danubio.	Informe de análisis del sector y del perfil competitivo del hotel el Danubio, con la ayuda de las 5 fuerzas de Porter y el análisis PEST.	Recopilación de información primaria como entrevistas y secundaria como datos de internet. También se tuvo acceso a clientes y competencia para la realización de las 5 fuerzas Porter y el análisis PEST.
Formular una propuesta de un sistema de Responsabilidad Social Empresarial para el Hotel Campestre el Danubio.	Para el mes de diciembre de 2017 se llevó a cabo la propuesta de un diseño de RSE.	Diseñar la propuesta de un sistema de RSE para el hotel el Danubio.	Organización de la información obtenida y desarrollo del sistema.
Elaborar el plan de acción para la implementación del diseño de Responsabilidad Social Empresarial.	Para el mes de enero de 2018 se realizó el plan de acción.	Plan de acción elaborado para la implementación del diseño de RSE.	Organización de la información.
Diseñar el sistema de seguimiento y control para el Hotel Campestre el Danubio.	Para el mes de enero de 2018 se realizó el sistema de seguimiento y control.	Sistema de seguimiento y control elaborado para el monitoreo del diseño de RSE.	Organización de la información.

Fuente: Elaboración propia

La matriz de descripción y abordaje de los objetivos es una herramienta de apoyo que se utiliza para tener una mejor planificación de los objetivos, estos detallan los resultados esperados y los indicadores medibles, para esto se realizan procedimientos. Es un instrumento que permite programar las actividades que requiere la investigación y los resultados que se esperan, con el fin de no perder tiempo, ni recursos, sino alcanzar los objetivos planteados de forma adecuada.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO CONTEXTUAL

Colombia es un país que le apuesta de forma significativa al sector turístico y hotelero puesto que el potencial que ofrece este sector en la economía nacional es de gran importancia. La industria de los hoteles y el turismo tienen una participación del 5,9% en el Producto Interno Bruto (PIB) de la nación lo que ha llevado a este sector a convertirse en uno de los principales motores económicos de Colombia. Muestra de ello es que entre 2010 y 2014 el país recibió más de US\$5.000 millones por la llegada de viajeros internacionales¹⁴.

Aunque no son valores significativos (comparados con la industria manufacturera o el sector financiero) es de las pocas actividades que se beneficia de un peso devaluado. Lo que permite ver a Colombia como un destino atractivo para conocer, de hecho en un informe publicado por Lonely Planet una de las mayores compañías dedicadas a ofrecer guías de viajes especializadas en el mundo, ponen a Colombia en el segundo lugar como destinos a conocer para el año 2017¹⁵. Lo que genera un impacto positivo en el sector hotelero, ya que esto se verá reflejado en un crecimiento potencial de personas conociendo las diferentes regiones del país.

A continuación se contemplan los hoteles que en Colombia gozan de mayor popularidad entre los clientes que los visitan.

2.1.1 Ranking 2015 líderes industria hotelera de Colombia

“En 2015, el grupo Terranum con sus empresas Hoteles Decamerón Colombia, Servincludos y Decamerón Panaca mantuvieron su liderazgo sobre Hoteles Estelar. En tercer lugar se situó NH Hotel Group con Bogotá Teleport Royal, Hoteles Royal, Bogotá WTC Royal, Bogotá Metrotel Royal, Cali Royal, Medellín Royal, Bogotá Hacienda Royal, Inmobiliaria Royal, Barranquilla Royal, Bogotá Andino Royal, Bogotá Boheme Royal, Bogotá Pavillon Royal, Bogotá Urban 26 Royal, y Bogotá Terra 100 Royal. En cuarto lugar fue para la cadena Marriot con JW Marriot Bogotá, Hotel Marriot Bogotá y Hotel Marriot Cali, mientras que en quinto lugar quedó la

¹⁴ Colombia es “realismo mágico” para los turistas [En línea]. 2015. [Citado 30-oct-2016] Disponible en internet: <http://www.dinero.com/economia/articulo/el-turismo-impulsa-economia-colombia-2015/212909>

¹⁵ Los 10 mejores países para viajar en el 2017, según Lonely Planet. [En línea]. 2016. [Citado 30-oct-2016] Disponible en internet: <http://www.lonelyplanet.es/blog-los-10-mejores-paises-para-viajar-en-el-2017-segun-lonely-planet-805.html>

cadena conformada por Hotel Las Américas, Hotel Capilla del Mar, y Las Américas San Andrés.

Más atrás se posicionó la Organización Dann con Administradora Hotelera Dann, Dann Carlton Medellín, Dann Carlton Barranquilla, Hotel Dann Cartagena, Dann Carlton Cali, y Casa Dann Carlton Hotel. Posteriormente en séptimo lugar quedó la cadena Movich con Global Operadora Hotelera, Hotel Intercontinental Medellín y Hotel Movich Pereira, seguida de la cadena GHL con Hotel Capital, Hoteles 127 Avenida, Hotel Corales Cartagena, Sonesta Hotel Cartagena, Four Points Medellín, GHL Grupo Hoteles y Hotel Club El Puente.

Por otro lado, entre las empresas restantes se distinguieron en 2015 por su dinamismo Sociedad Hotelera Tequendama, Hotel Hilton Cartagena, Solar Hoteles, Irotama, Aparta Hotel Don Blas, Zuana Beach Resort, Hotel Almirante Cartagena, Hotel Cartagena Plaza, Hotel Casablanca San Andrés, Hotel San Fernando Plaza, Sofitel Victoria Regia, Hotel Tiuna, Holiday Inn Cartagena Morros, Diez Hotel Categoría Colombia, Hotel Cañaveral, Hotel Lord Pierre, Sonesta Hotel Pereira, Hotel Arena Blanca, Hotel Novelty, Hotel American Golf, Hotel B3 Virrey, Hotel Torre de Cali, Florida Inversiones, Hotel Termas El Otoño, Hotel Sinú, Hotel Portobelo SAI, Country International Hotel, Hotel Portón Medellín, Hotel Morrison, Hotel San Pedro de Majagua y Ecotermas San Vicente”¹⁶.

Se observa el crecimiento y transformación que se ha venido dando en el sector hotelero, esto gracias a la diversificación en los servicios que se ofrecen teniendo en cuenta que el país goza de un sin fin de oportunidades para el desarrollo de estrategias encaminadas a fortalecer el turismo y lograr satisfacer las necesidades y los deseos del consumidor.

Según datos estadísticos manejados por el Ministerio de Industria y Turismo el principal motivo de viaje de los residentes colombianos fue ocio con 49,4%, seguido por el de negocios con una participación de 41,6%, y el de convenciones con 6,3 %. Para los no residentes, el principal motivo de viaje fue negocios con una participación de 48,2%, luego por ocio con 39,5%, y convenciones con 8,3%.

La tasa de ocupación de los hoteles fue de 56%, cifra superior en 5 puntos porcentuales a la registrada en febrero de 2015. La variación en la tarifa promedio por acomodación sencilla fue de 5,8%, la doble 6,4%, la tipo suite 4,3% y la de otros tipos de habitación 5%, todas incrementadas con relación a febrero de 2015.

Es importante manifestar que se afirma que la industria de viajes y turismo en Colombia se comporta cada vez mejor y es uno de los sectores que jalona con paso firme la economía nacional.

¹⁶ Ranking 2015 líderes industria hotelera de Colombia. [En línea]. 2016. [Citado 03-nov-2016]. Disponible en internet: <http://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/Ranking-2015-lideres-industria-hotelera-de-Colombia.html>

Además se dice que este crecimiento exponencial del turismo se verá más beneficiado con la paz, ya que “tendremos una Colombia más grande para recorrer y visitar con mayor seguridad y posibilidades de generación de empleo y beneficios en las regiones”¹⁷.

2.1.2 Tendencias del consumo

Es evidente que una proporción significativa de viajeros tanto nacionales como extranjeros lo hacen motivados por factores relacionados con su trabajo, por ende en su hospedaje buscan un espacio que tenga las características necesarias para descansar de forma adecuada. Por otro lado están, los que lo hacen por ocio y son estos el enfoque primordial a la hora de utilizar herramientas que den como resultado su fidelización. Estas son algunas de las tendencias en todo lo relacionado con hotelería

1. “Restaurantes y hoteles: Se resalta esta fusión “restaurante-hotel” como característica multifuncional de los hoteles boutique y es que la cultura gastronómica está pegando muy fuerte en nuestro país y este hecho se presenta como una oportunidad para los hoteles.
2. Hoteles Smart: Parece que una de las tendencias de los hoteles continuará siendo el de ir introduciendo elementos tecnológicos que hagan mejor la experiencia de los huéspedes. Se estima que esta tendencia conduce a sustituir las personas por máquinas. Como siempre, se considera que la mejor opción será saberlos combinar.
3. Edificios y espacios diferentes: No todo es tecnología, también será tendencia elegir espacios originales donde ubicar los hoteles así como aprovechar edificios antiguos o destinados a funciones diferentes a las de alojar al huésped.
4. Adaptación a los *millennials*: Son muchos los cambios que se han dado en estos últimos años, estos cambios provocan que la industria hotelera se sienta invitada a amoldarse a las nuevas exigencias de los huéspedes. Existe una clara tendencia por parte de los hoteles encaminada a adaptarse a los *millennials*. Están surgiendo nuevas marcas *low cost* así como estrategias con un enfoque más local, basado en el estilo de vida, localidad y mayor personalización.

¹⁷ En febrero, crecimiento del sector hotelero de Colombia se mantuvo en alza. [En línea]. 2016. [Citado 03-nov-2016]. Disponible en internet: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=36391>

5. Fusiones de cadenas: Quizás debido al alto nivel de competencia, muchas cadenas hoteleras han decidido acordar alianzas y fusiones que las hacen más fuertes.
6. El sector *wellness* coge más fuerza: Cada vez son más los hoteles que amplían sus instalaciones para contar con spas de lujo o incluso retiros de yoga. Los hoteles se han dado cuenta de que existe una demanda grande de turismo de relax que busca descansar y cuidarse a la vez. Así surgen interesantes alianzas entre centros de salud, estéticas y establecimientos hoteleros.
7. Los hoteles buscan nuevos conceptos: La competencia hotelera es enorme y ante tantas opciones de elección para el huésped, el hotel debe desmarcarse y diferenciarse del resto. Por una parte se puede diferenciar por la calidad del servicio. Por otra, puede especializarse en un campo en específico, muchos hoteles han optado por elegir una idea temática y diferenciarse así.
8. Sostenibilidad hotelera: Ya hace unos cuantos años que, debido a nuevas legislaciones y a un aumento de concienciación, las empresas hoteleras están apostando un poco más por políticas relacionadas con mejorar la Responsabilidad Social Corporativa.
9. Lo exclusivo es el nuevo lujo: Poco a poco lo común va perdiendo valor, el huésped busca exclusividad, se puede ver algunos de los peculiares servicios que empiezan a ofrecer algunos hoteles con el objetivo de diferenciarse de la competencia mediante el lujo y la personalización de los servicios.

Hasta aquí las tendencias hoteleras que se esperan para este año, la tecnología, la creatividad y la calidad podrían ser los 3 grandes grupos en los que se pueden clasificar cada una de las tendencias que se comentaron anteriormente. La tecnología seguirá teniendo un papel más que importante tanto para garantizar la calidad que exige el huésped como la exclusividad que busca en las experiencias que contrata”¹⁸.

Haciendo referencia al contexto competente dentro del área de influencia del hotel al que se evalúa se puede analizar que en el Eje Cafetero y Norte del Valle las principales temáticas bajo las que trabajan los hoteles son la de ecoturismo, donde se ofrecen una alta gama de servicios en su mayoría relacionados con actividades al aire libre, algunos ejemplos de ellas son el avistamiento de aves, actividad que Cotelco que es la principal Asociación Hotelera de Colombia está promoviendo para los interesados en este tema. También está el canotaje, caminatas, entre otro tipo

¹⁸ Tendencia hoteleras para 2016. [En línea]. 2016. [Citado 03-nov-2016]. Disponible en internet: <http://www.winhotelsolution.com/es/blog/software-hotel/tendencias-hoteleras-2016/>

que lo que buscan es promover la región cafetera como una de las mejores para este tipo de actividades y brindando al huésped una estadía placentera.

El Eje Cafetero es una región geográfica, cultural, económica y ecológica de Colombia ubicada en los departamentos de Caldas, Risaralda, Quindío y la región del Norte del Valle del Cauca. Es importante mencionar que por la importancia cultural y lo majestuoso de sus paisajes en esta región del país, la Unesco procedió a declararla como Patrimonio de la Humanidad en el año 2011, a la cual se le denominó Paisaje Cultural Cafetero

“El triángulo del café cuenta con una población aproximada de 2.463.540 habitantes, ocupando el quinto puesto poblacional entre las regiones del país. Las capitales, Armenia, Manizales y Pereira, albergan 1.140.233 habitantes, el 46% de la región.”¹⁹

2.1.3 Oportunidades en el Triángulo del Café (enfocadas en el sector turístico)

Turismo:

- Hoteles cuyo enfoque esta dado hacia lo ecológico y temático con servicios limitados y selectivos en Pereira, Armenia y Manizales.
- Fincas cafeteras, parques temáticos y naturales, deportes de aventura, fiestas y ferias y un ambiente de descanso acompañan los eventos de la región.
- Nevados, termales y cultivos de café.
- Observación o avistamiento de aves.²⁰

Cartago se encuentra ubicada al norte del departamento del Valle del Cauca y es conocida como la ciudad de “El sol más alegre de Colombia” slogan con el que se busca desarrollar su potencial turístico en la región. La principal premisa es fortalecer su patrimonio arquitectónico, su patrimonio histórico-religioso y los bordados cartagüños que gozan de una gran reputación a nivel nacional e internacional. Su proximidad con el eje cafetero hacen de Cartago un destino llamativo ya que cuenta con un clima apropiado para vacacionar y la malla vial entre los departamentos próximos como Risaralda, Quindío, Caldas y Valle del Cauca se encuentra en óptimas condiciones lo que facilita su desplazamiento.

El sector hotelero en la Villa de Robledo no ha sido explotado en su máxima dimensión lo que limita su actuar y por ende no cuenta con la planificación adecuada

¹⁹ Perfiles por departamento triangulo del café. [En línea]. [Citado 07-nov-2016]. Disponible en internet: http://www.colombiatraderade.com.co/sites/default/files/triangulo_del_cafe.pdf

²⁰ Ibíd. [Citado 07-nov-2016]

para ofrecer un servicio de calidad, su principal inconveniente es quizás el de su talento humano, puesto que no ofrecen la capacitación necesaria para ofertar un gran servicio.

En su área urbana cuenta con dos hoteles reconocidos en la localidad como los mejores: el Hotel Mariscal y el Hotel Don Gregorio con una trayectoria amplia en la región, por otro lado. En su área rural son reconocidos Villa Zaragoza y el Hotel Campestre el Danubio. Con este último en mención se desarrolló la presente investigación, en la cual se buscó plantear una propuesta que permita focalizar al Danubio como una de las primeras opciones a la hora de hospedarse en la región, si bien es cierto que la actual administración ha venido implementando estrategias con el ánimo de lograr mejoras sustanciales en el hotel, también cabe mencionar que hay mucho por hacer si se pretende posicionar o ser competitivos en la región teniendo en cuenta que la ventaja que tienen otros hoteles frente a este en particular es demasiado grande.

Tabla 3. Síntesis del marco contextual

En la tabla que a continuación se detalla se hace un acercamiento al contexto, evaluando como el concepto de Responsabilidad Social Empresarial es enfocado en el sector en el cual se desarrolla el trabajo de investigación.

ENFOQUE NACIONAL	El crecimiento vertiginoso del sector ha traído consigo que grandes organizaciones que gozan de reconocimiento mundial hayan decidido poner sus ojos en Colombia gracias al potencial turístico que ofrece. Si bien existen prácticas y políticas en sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial, estas no se encuentran integradas entre sí, lo que limita la implementación de las mismas. Las políticas ambientales son las que encabezan la lista de políticas implementadas, gracias a que estas traen beneficios que reducen costos de operación, un ejemplo de ello son los temporizadores utilizados para el ahorro de energía y agua.
ENFOQUE REGIONAL	En la región el ecoturismo es el pilar de desarrollo del sector hotelero. El turismo regional es visto como un agente de cambio para generar crecimiento económico en el eje cafetero, las sostenibilidad de este depende de la oferta turística sostenible que se le brinde al visitante y esta depende de la protección que se ofrece a los ecosistemas que se puedan ver afectados por el impacto negativo que pueda generar el hombre.

Continuación tabla 3. Síntesis del marco contextual

ENFOQUE LOCAL	El sector hotelero en la ciudad de Cartago no ha tenido un crecimiento considerable en los últimos años, producto de esto se hace considerable mencionar que las estrategias adoptadas para captar un mercado potencial están dirigidas a manejar precios, más que a buscar incorporar herramientas que contribuyan al desarrollo sustentable de todos los grupos que se ven influenciados de alguna manera por la actividad que desarrollan. En el caso particular del Hotel Campestre el Danubio se pudo evidenciar que no poseen estrategias de forma consiente que involucren la RSE y las que posee de forma empírica no están integradas con su proceso de gestión.
----------------------	---

Fuente: Elaboración propia basada en la webgrafía citada en el marco contextual

Es indiscutible que al pasar de los años se ha visto la importancia que ha tomado la RSE en el ámbito turístico y hotelero generando mayor conciencia en la implementación de modelos que brinden un crecimiento en las organizaciones pero que a su vez se preocupen por los impactos ambientales y sociales que pueda generar su actividad.

2.2 MARCO TEÓRICO

El presente estudio está enmarcado en el paradigma neoclásico o reformista, el cual inicia con la teoría general de sistemas que concibe la organización como un sistema abierto que insume y produce para el ambiente, la organización hace algo con el insumo produciendo así un resultado, este resultado regresa al medio ambiente afectándolo.²¹ Lo anterior comprende el tema de estudio, el cual es la Responsabilidad Social Empresarial que se relaciona y tiene énfasis en el ambiente y en las exigencias ambientales sobre la organización. Este enfoque posee una característica principal, que es la organización como un sistema abierto, en constante interacción con su medio, al cual se debe adaptar.

(Katz y Kahn, 1966) son unos de los grandes contribuyentes a la teoría y definen la organización como un sistema abierto en constante interacción con su medio. “una organización es un sistema compuesto por un conjunto de subsistemas que tiene determinadas funciones y en donde cada uno está en interacción con otros subsistemas. Una organización insume información y materia – energía de su ambiente y, después de procesar estos elementos, los produce. En esta forma, los cambios en el ambiente tiene un impacto continuo sobre la organización, de manera

²¹ MURILLO VARGAS, Guillermo, *et al.* Teorías clásicas de la organización y el management. Colombia: ecoe ediciones, 2007. p. 15.

que siempre está ajustándose a los cambios ambientales, a la inversa, los cambios internos de la organización tienen un impacto continuo sobre su ambiente”²²

El tema tratado de Responsabilidad Social Empresarial se puede referenciar a partir de la escuela de sistemas como base fundamental para explicar este tema desde la empresa. Entiéndase por sistema “un conjunto de partes coordinadas y en interacción para alcanzar un conjunto de objetivos, que se encuentran bajo la influencia de fuerzas en alguna relación definida”²³ esta es una definición básica de lo que es considerado como un sistema. La empresa es un sistema que se encuentra compuesto por un conjunto de partes que permiten la realización de las tareas y así alcanzar las metas definidas.

Para lograr la realización de actividades o procedimientos estas partes deben estar coordinadas y en constante comunicación, además de seguir un orden que les permita cohesión entre sí; “A medida que los sistemas (u “objetos de estudio”) van siendo más complejos, (es decir, no solo están constituidos por mas partes, sino que también la interacción entre ellas se hace cada vez más compleja), parece ser que la explicación de los fenómenos que presentan conductas de esos sistemas tiende a tomar en cuenta su “medio”, su entorno. Es decir, su “totalidad”.²⁴ Esto quiere decir que la empresa es vista como una totalidad constituida por una serie de partes que la componen y tienen interacción entre sí, además se debe tener en cuenta su medio o entorno en el cual se encuentra.

Todas las partes que componen una empresa se le pueden llamar subsistemas ya que conforman el sistema total “cada una de las partes que encierra un sistema puede ser considerada como subsistema, es decir, un conjunto de partes e interrelaciones que se encuentra estructural y funcionalmente, dentro de un sistema mayor, y que posee sus propias características. Así los subsistemas son sistemas más pequeños dentro de sistemas mayores”²⁵ cada departamento o área constituido en la empresa es considerado un subsistema o dicho de otra forma un sistema más pequeño.

“El enfoque de sistemas pretende integrar las partes hasta alcanzar una totalidad lógica o de una independencia o autonomía relativa con respecto a la totalidad mayor de la cual también forma parte”²⁶ la empresa es vista como una totalidad mayor que está integrada por partes y desde el punto de vista de la teoría de sistemas sus partes se integran a su totalidad y de allí se enfoca su estudio.

Lo anterior se soporta como “la interacción del individuo con su medio, cada individuo muestra un “comportamiento” (acciones o cambios) y se considera que su

²² MURILLO VARGAS. Op. cit., p. 16

²³ JOHANSEN BERTOGLIO, Oscar. Introducción a la teoría general de sistemas. México: Limusa, 2000. p. 54.

²⁴ Ibíd., p. 19

²⁵ Ibíd., p. 19

²⁶ Ibíd., p. 21

conducta se encuentra relacionada en varias formas con el medio ambiente que lo rodea, es decir, con otros individuos con los que él entra en contacto o tiene alguna relación”²⁷ la teoría de sistemas como su nombre lo dice se aplica a cualquier sistema, en este caso es la empresa, la cual también tiene una interacción con su entorno y cada acción o cambio que desee realizar es relacionado con su medio, quien puede ser un condicionante e influir en los cambios o modificarlos.

Para explicar la conducta o acción que llevan a cabo las empresas es necesario analizar y estudiar todas sus partes, de esta forma se pueden establecer las relaciones existentes entre ellas, predecir el comportamiento de la empresa cuando recibe alguna fuerza en particular, según Johansen se debe tener en cuenta la interrelación de las partes para conocer el efecto final el cual es considerado un efecto conjunto.²⁸ Según lo dicho anteriormente es necesario recalcar que se debe estudiar la empresa como un todo, el cual se presenta la correspondencia de sus partes con un efecto final.

El autor Oscar Johansen habla en esta teoría de diferentes términos que son aplicables a las empresas, conforme a esto se hace referencia a los conceptos de subsistema, sistema y supersistema; la forma de relacionar dichos conceptos a la empresa es iniciar con definir los subsistemas y supersistema del sistema. El sistema es la empresa, los subsistemas son sus diferentes áreas funcionales y el supersistema la comunidad o región en la cual desarrolla sus actividades, su entorno.²⁹ De esta analogía se puede concluir que la empresa es la razón de estudio principal el cual se abordó, sus subsistemas son los factores internos que lo conforman y el supersistema en su entorno o medio que lo rodea; los cuales tienen interrelación entre sí, puesto que cualquier acción de uno puede repercutir en todos.

De lo anteriormente dicho y expuesto por Johansen se puede decir que la organización es una cadena compuesta por subsistema-sistema-supersistema, los cuales implican niveles de organización que pasan de lo simple a lo complejo, su grado de dificultad es creciente; es decir, la empresa posee una organización más compleja que unos de sus departamentos, y la industria total tiene aún más organización que la empresa en particular.³⁰ Las investigaciones que tienen como objeto de estudio la empresa requieren de análisis rigurosos, puesto que se estudian desde las pequeñas partes hasta la totalidad mayor, las cuales tienen relaciones en doble dirección que pueden afectar de forma positiva o negativa la función de otras.

Para facilitar el estudio o comprensión de los mismos el autor propone delimitar las fronteras del sistema; es decir, conocer la línea que separa el sistema de su entorno (o supersistema), así se puede definir lo que le pertenece a la empresa y lo que queda fuera de ella.³¹ Definir las fronteras del objeto de análisis, en este caso es la

²⁷ JOHANSEN BERTOGLIO. Op. cit., p. 26

²⁸ Ibid., p. 43

²⁹ Ibid., p. 57

³⁰ Ibid., p. 59

³¹ Ibid., p. 63

empresa, no es fácil ya que pueden ser tomadas sin objetividad; por eso se buscan los límites que abarquen la empresa y las interrelaciones con el medio, dicho de otra forma se incluyen las fuerzas del medio que pueden modificar la empresa.

Se ha dicho que la empresa es un sistema y que sus partes están interrelacionadas pero es necesario hacer referencia al sistema abierto que constituye la empresa. “hay unos lazos de interacción a través de los cuales las partes modifican a otras y son modificadas a su vez, dando esto como resultante la conducta del sistema. Por esta razón, estas relaciones constituyen la verdadera esencia del sistema y su ruptura trae consigo la ruptura del sistema como tal”³² haciendo alusión a lo dicho por Johansen, la empresa posee unas relaciones con sus partes y con su entorno, como sistema abierto estas relaciones afectan a todas las partes involucradas desde las simples hasta las complejas, estos vínculos influyen en ambas direcciones y un mal funcionamiento puede afectar el sistema total.

Es aquí donde esta teoría de sistemas está más relacionada con la Responsabilidad Social Empresarial, ya que una empresa que quiera estudiar o implementar este diseño no solo debe formarse como un sistema abierto sino percibirse como tal, ser consciente de las implicaciones que tienen las interrelaciones de sus partes o factores internos y del medio en el cual desarrolla sus actividades o factores externos que afectan sus procesos.

Siguiendo con las definiciones de sistemas abiertos, Von Bertalanffy señala que un sistema cerrado es aquel que no intercambia energía con su medio (ya sea de importación o de exportación) y el sistema abierto es el que transa con su medio. Otra definición que cabe recalcar es la de Parsegian quien define un sistema abierto como aquel en el que existe un intercambio de energía y de información entre el sistema y su medio o entorno, este intercambio permite el equilibrio continuo o permanente; además las relaciones con el entorno admiten cambios y adaptaciones. La definición expuesta por Johansen es que un sistema abierto es aquel sistema que interactúa con su medio, importando energía, transformando de alguna forma esa energía y finalmente exportando la energía convertida.³³

Según lo dicho en esas definiciones se confirma que la empresa estudiada desde el tema de Responsabilidad Social Empresarial es un sistema abierto que intercambia energía e información con su medio y por ende no puede estar aislada de él.

Al haber definido la empresa como un sistema abierto y dinámico es necesario hablar de los elementos que lo componen; entre estos están las corrientes de entrada, o sea los recursos del medio que deben importar los sistemas, una empresa compra recursos materiales (materias primas), recursos financieros, recursos humanos, equipos, entre otros. Los sistemas a través de su corriente de

³² JOHANSEN BERTOGLIO. Op. cit., p. 66

³³ Ibíd., p. 68-69

entrada, reciben energía necesaria para su funcionamiento y manutención. La importación de energía se hace a través de las unidades administrativas.³⁴

Otro elemento es el proceso de conversión en el cual los sistemas utilizan la energía que importan para mover y hacer actuar sus mecanismos particulares con el fin de alcanzar los objetivos para los cuales fueron diseñados, es decir que convierten o transforman la energía que importan en otro tipo de energía que representa la “producción” característica del sistema.³⁵ Los sistemas realizan diferentes funciones, su objeto es proveer al hombre de bienes y servicios que lo ayuden a satisfacer sus necesidades, para llevar a cabo su objeto los subsistemas deben realizar los procesos de conversión.

El tercer elemento es la corriente de salida que es igual a la “exportación” que el sistema hace al medio, estas corrientes de salida pueden ser positivas o negativas para el medio o entorno, es positiva cuando es “útil” a la comunidad, de esto depende la supervivencia del sistema y que cuente con la “legalización” de su existencia por parte del individuo y de la sociedad convirtiéndose en un “sistema viable”.³⁶ Este elemento es muy importante ya que es lo que brinda el sistema al suprasistema y es de vital importancia que en mayor medida sea positivo, lo que permite la existencia de la empresa en el tiempo debido a la dependencia que tiene del medio, al cual se debe adaptar.

La comunicación de retroalimentación es otro elemento y es la información que indica como lo está haciendo el sistema en la búsqueda de su objetivo, y es introducido de nuevo al sistema con el fin de llevar a cabo correcciones necesarias (retroalimentación), es un mecanismo de control que posee el sistema para asegurar el logro de su meta.³⁷ De esta forma el proceso de retroalimentación es cíclico, ya que la información vuelve a la corriente de entrada y se convierte en nueva información.

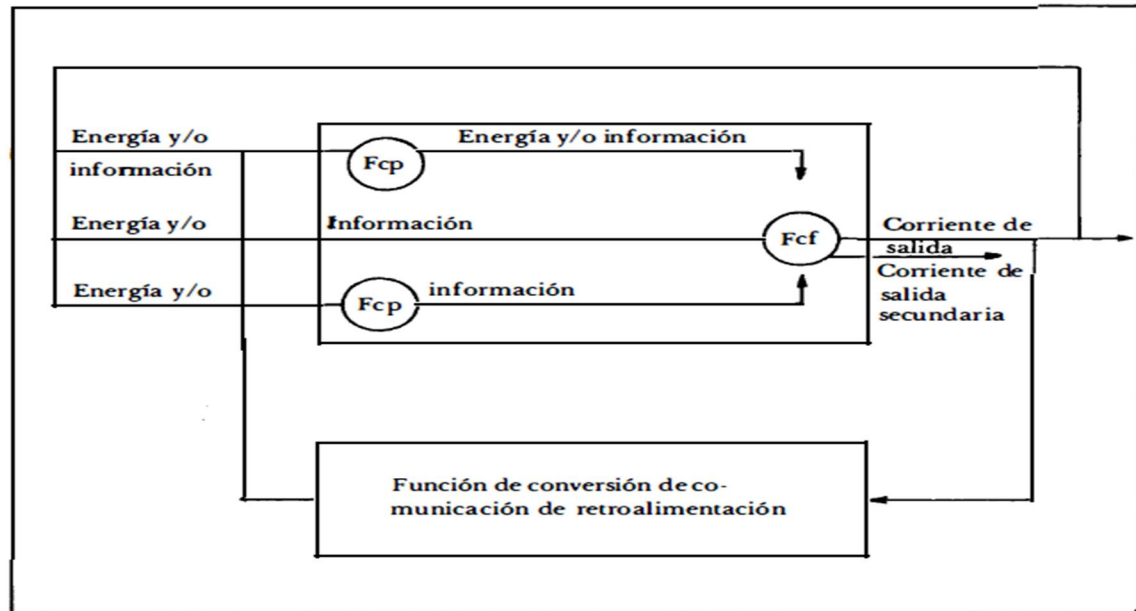
³⁴ JOHANSEN BERTOGLIO. Op. cit., p. 71-73

³⁵ *Ibíd.*, p. 75-77

³⁶ *Ibíd.*, p. 77-79

³⁷ *Ibíd.*, p. 82

Figura 1. Proceso de retroalimentación de los sistemas



Fuente: JOHANSEN BERTOGLIO, Oscar. Introducción a la teoría general de sistemas. México: Limusa, 2000. p. 82.

En la figura 1 se muestra el proceso de retroalimentación que se da en los sistemas, claramente es aplicable en la empresa ya que esta requiere de dicho proceso con su entorno y así obtener coordinación en sus corrientes de entrada y de salida, además de acciones correctivas o de mejora.

La información es resultado de un proceso de retroalimentación y según Johansen esta permite disminuir la incertidumbre o el caos, es decir combate la entropía, convirtiéndose en neguentropía. De acuerdo con lo dicho por el autor anteriormente mencionado se puede explicar la entropía como el estado más probable del sistema, o sea el caos, el desorden y la desorganización; y la neguentropía o entropía negativa es una medida de orden, la cual se extrae de su medio.³⁸ De esta forma se explica la importancia de la relación de la empresa con su entorno, el cual le permite los medios necesarios para sobrevivir, es este caso se hace referencia a la información lo que genera disminución de los riesgos.

El objeto de estudio es la Responsabilidad Social Empresarial y en esta influye el medio que permea el sistema abierto; conforme Johansen habló del equilibrio del sistema, se puede decir que el sistema disminuye los cambios externos que se producen en su medio y nivela los cambios internos de los subsistemas, esto se hace con el fin de que el sistema obtenga autocontrol y autorregulación que le

³⁸ JOHANSEN BERTOGLIO. Op. cit., p. 95, 98, 104

permita un equilibrio, el cual posibilita el flujo continuo de energía desde el medio externo y una exportación continua de productos del sistema hacia el medio.³⁹

Por lo cual la empresa tiene un flujo constante con su entorno para así obtener la energía o medios necesarios para funcionar. “La homeóstasis es un mecanismo que poseen los sistemas abiertos para mantener el equilibrio y la estabilidad”⁴⁰, esta requiere la interacción de las partes o subsistemas de la empresa para disminuir los efectos negativos de las perturbaciones que puedan afectar la empresa.

“Todos los sistemas abiertos interactúan con su medio, importan energía, transforman esa energía en un bien o en un servicio y luego lo exportan al medio, asegurando su supervivencia. Sin embargo en la medida que el sistema es capaz de no utilizar toda esa energía que importa del medio en el proceso de transformación, está ahorrando o acumulando un excedente de energía que es la neguentropía y que puede ser destinada a mantener o mejorar la organización del sistema. En otras palabras, el sistema social está en condiciones, o presenta las características apropiadas para poder sobrevivir. De la forma que un sistema abierto utilice esas condiciones (la neguentropía) dependerá su subsistencia”⁴¹

Este proceso se realiza con los factores internos y externos de la Responsabilidad Social Empresarial, el desarrollo de estos debe ser óptimo y estar en progreso, los cuales se reflejan en una empresa con operaciones eficientes y que se mantenga en el tiempo. “un sistema social que desee sobrevivir debe conscientemente, crear dos tipos de energía: la energía necesaria para el proceso de transformación o conversión, y la energía necesaria para mantener y mejorar su organización interna y sus relaciones con el medio dentro del cual se conduce”⁴² lo anteriormente dicho explica brevemente las funciones de la Responsabilidad Social Empresarial, las cuales permiten el mejoramiento interno y externo de la empresa para su supervivencia.

“Es indispensable que se desarrolle una capacidad de adaptación con el medio o entorno que rodea al sistema, es decir, que lleguen a poseer los mecanismos necesarios para modificar su conducta a medida que las exigencias del medio lo requieran. Esto significa que el sistema debe estar capacitado para observar ese medio, para estudiar su conducta en relación con él e informarse de los resultados y consecuencias de esa conducta para la existencia y la vida futura del sistema. En otras palabras, debe controlar su conducta, con el fin de regularla de un modo conveniente para su supervivencia.”⁴³ La empresa debe realizar sus tareas o actividades sin afectar el medio y adaptándose a sus exigencias lo cual facilita su crecimiento.

³⁹ JOHANSEN BERTOGLIO. Op. cit., p. 116

⁴⁰ *Ibíd.*, p. 121

⁴¹ *Ibíd.*, p. 126

⁴² *Ibíd.*, p. 127

⁴³ *Ibíd.*, p. 129

Según lo dicho por Johansen los objetivos deben mostrar una imagen social de la empresa, no solo como una estrategia para atraer clientes sino también para atraer capital y apoyo del medio, ya que la aceptación de la empresa en su entorno es una condición necesaria para su supervivencia.⁴⁴ Lo cual se puede lograr aplicando un sistema de responsabilidad social en las prácticas de las empresas.

La Responsabilidad Social Empresarial se ha tratado desde la teoría de sistemas como base de un pensamiento administrativo, ahora se aborda la evolución de la RSE en el tiempo. Según el estudio realizado por Juan Guillermo Correa Jaramillo⁴⁵ se puede hablar de los inicios y cambios que ha tenido la RSE en el tiempo. Durante el siglo XIX y mitad del siglo XX no existía la Responsabilidad Social Empresarial, ya que las empresas eran las que solucionaban los problemas sociales que se pudieran presentar, de allí surge la participación voluntaria de las organizaciones en la comunidad buscando el bienestar de la sociedad por medio de actividades filantrópicas.

En la segunda mitad del siglo XX se genera más conciencia sobre la capacidad del sector privado para influir y solucionar los problemas sociales, reconociendo los riesgos y daños que causaban sus actividades, de esta forma el estado empieza a aplicar normas para proteger los intereses públicos y los recursos naturales. En la década de 1960 se da un método para el cambio social que contiene obligaciones y normas, así las decisiones de la empresa, el gobierno y la sociedad son influenciadas por otros grupos sociales.

El autor Correa cita al profesor Austin (Dinero, 2000, pp. 65) de Harvard Business School, afirma: “hemos pasado de una filantropía tradicional, en la que se hacía un cheque para quien venía a “pedir”, a una relación en la cual las empresas y las organizaciones no gubernamentales empiezan a pensar en cómo pueden interactuar para generar un valor agregado y un impacto social en el país o la comunidad. Las empresas tienen que evolucionar en el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y migrar hacia nuevos tipos de relaciones que van mucho más allá de la pura filantropía y que más bien se centran en interacciones y alianzas entre diferentes sectores de la sociedad”⁴⁶

Las empresas han sufrido cambios radicales en su concepción de RSE, ya no se ve como una acción de caridad hacia los más necesitados, sino como una posible estrategia que beneficia a todas las partes involucradas.

Según el autor Correa se puede hablar sobre los inicios de la RSE, que empieza por las crisis que afectó toda la población, de allí surgen mecanismos tributarios para incentivar las contribuciones disminuyendo los impuestos para las empresas. En la década de los 60 empresarios como Thomas Watson de IBM y David

⁴⁴ JOHANSEN BERTOGLIO. Op. cit., p. 149

⁴⁵ CORREA JARAMILLO, Juan Guillermo. Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. Semestre económico- universidad de Medellín, 2007. p. 90

⁴⁶ Ibíd., p. 90

Rockefeller de Chase Manhattan Bank plantean las ideas de Responsabilidad Social Empresarial, en esta se incluían algunos factores como: aumento en el nivel de educación, mayor conocimiento de los empleados de los derechos laborales y su protección, evolución de las regulaciones sociales, económicas, penales, entre otras, mayor sensibilidad por parte de las organizaciones a los valores éticos defendidos por la sociedad.⁴⁷

La RSE surge formalmente como solución a las problemáticas que se manifestaron en el momento, las cuales afectaban la estabilidad económica de los países y de la población.

Conforme Correa ha hablado de la evolución del concepto, se dice que en la década de los noventa toma mayor importancia la competitividad, por eso las empresas buscan atraer clientes con factores diferenciadores, como es la actitud responsable de la organización, generando una imagen transparente al público.⁴⁸ Esto implica que las prácticas de la RSE van más allá de cumplir los reglamentos, implica la integración en las prácticas sociales, ambientales y las relaciones con los diferentes grupos de interés, lo cual puede dar como resultado el aumento de la productividad y la competitividad.

Siguiendo con el desarrollo, en 1997 se adopta el Libro Verde el cual “tiene por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas en los planos europeo 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 grupos de interés desempeñen un papel activo.”⁴⁹

Respecto al término de Responsabilidad Social Empresarial ha habido un gran desarrollo, además de muchos autores que hablaron de este; por eso se realiza una breve descripción de estas definiciones.

El primer autor que habló de Responsabilidad Social Empresarial fue Kingsley Davis (1960) en su artículo “Can Business Afford to Ignore Corporate Social Responsibilities?” “propone que en la medida que aumenta la participación y tamaño de la empresa en una economía, las decisiones de negocio de una empresa empiezan a afectar al medio donde se desarrolla. La empresa genera empleos, transa con un sinnúmero de clientes, desarrolla un intercambio de insumos con proveedores, entre otras actividades, con lo cual va generando movimientos en su economía.”⁵⁰ Esta definición habla de las organizaciones como entes políticos que

⁴⁷ CORREA JARAMILLO. Op. cit., p. 91 - 92

⁴⁸ Ibid., p. 92

⁴⁹ Ibid., p. 93

⁵⁰ CANCINO DEL CASTILLO, Christian y MORALES PARRAGUÉ, Mario. Responsabilidad social empresarial. Universidad de Chile, facultad de economía y negocios, 2008. p. 30

tienen influencia sobre una sociedad, por lo tanto se debe equilibrar la relación de la empresa entre el poder y la responsabilidad.

En 1970 Milton Friedman en su trabajo “The social responsibility of business is to increase its profits” “establece que la responsabilidad social debe recaer directamente en los individuos en sí, y no en las empresas propiamente, es decir, establece que la responsabilidad social entendida como una forma de generar bienestar más allá de las fronteras de la empresa no corresponde en ningún caso una obligación para la empresa ni tampoco un beneficio para ella.”⁵¹ Lo anterior expresa que el compromiso que debe tener la empresa es maximizar sus ingresos o beneficios, y las acciones de caridad las hacen los accionistas independientes de la empresa, sin incluirla puesto que representa altos costos, además comprende la organización aislada de la sociedad.

En su trabajo “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance” Archie Carroll (1979), plantea que para la existencia de una definición de RSE, se deben considerar las categorías económica, legal, ética y discrecional. Las responsabilidades económicas son obtener utilidades y ganancias; las responsabilidades legales son el cumplimiento de las reglas, leyes y regulaciones; las responsabilidades éticas son la equidad, la justicia, la imparcialidad, el respeto de los derechos de los individuos y no hacer daño a la comunidad; las responsabilidades discrecionales son contribuciones filantrópicas sin esperar retribuciones económicas.⁵² Esta definición expuesta por Carroll es muy completa ya que incluye diferentes dimensiones que benefician a los involucrados y permite un desarrollo íntegro.

Jones (1980) plantea en su artículo “Corporate Social Responsibility revisited, redefined” “el compromiso social debe ser adoptado en forma voluntaria y se debe extender la mirada tradicional de la obligación con accionistas a otros grupos de interés, como proveedores, clientes, trabajadores, entre otros”⁵³ para llevar a cabo el compromiso con los grupos de interés se debe regular o vigilar las actividades de la empresa, esto se logra con políticas públicas que ayudan a definir las actividades responsables o no responsables; así las empresas que tengan actividades irresponsables deben responder con una sanción monetaria lo que de alguna forma incentiva a la responsabilidad.

En el artículo “Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance” Edward Freeman (1983) describe que “las empresas al llevar a cabo sus actividades no sólo deben considerar la gestión interna de sus recursos y operaciones, sino que además deben tener en consideración a todos los actores que pueden afectar directa o indirectamente el desarrollo de sus actividades”⁵⁴ estos

⁵¹ CANCINO DEL CASTILLO. Op. cit., p. 16

⁵² *Ibíd.*, p. 23 - 24

⁵³ *Ibíd.*, p. 26

⁵⁴ *Ibíd.*, p. 37

actores son los denominados grupos de interés con los cuales la empresa interactúa, se busca el bienestar de todos y generar un impacto positivo.

Los autores Murray y Montanari (1986) en su artículo “Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theories” proponen que “las actividades de RSE deben ser generadas para obtener un efecto positivo sobre la reputación empresarial, por lo que el desarrollo de actividades socialmente responsables se justifica sólo en la medida que generen un retorno asociado a mejoras en la marca de una empresa”⁵⁵ la RSE se asocia como el medio que permite mejorar la imagen de la empresa, la percepción que se tiene de esta; las personas asocian la responsabilidad social con productos de alta calidad y buenas prácticas, por eso las empresas la utilizan como una estrategia para posicionar sus marcas.

En este mismo año el autor Vogel en su trabajo “The Study of Social Issues in Management: A Critical Appraisal” habló de responsabilidad social empresarial, esta vez haciendo referencia al concepto a partir de regulaciones gubernamentales, es decir, las actividades de RSE se realizan por obligación legal, se produce una interacción entre las empresas y el gobierno.⁵⁶

Los autores Donaldson y Dunfee (1994) en su documento “Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory” hacen referencia a dos enfoques para analizar la ética empresarial, estos son: el enfoque empírico que es todo lo observable donde se adoptan normas con base al comportamiento real de las organizaciones. El enfoque normativo es lo que se pretende realizar bajo reglas o parámetros, pero que no siempre se cumplen. Los autores buscan la interrelación de los enfoques en la teoría integradora de contratos sociales (ISCT), la cual incorpora un análisis empírico y juicios normativos de lo que se debe hacer.⁵⁷

La RSE integra las normas que se deben aplicar las cuales complementan y mejoran los factores organizaciones y las ideas empíricas o la gestión que se hace para adoptarlas, muchas empresas están en la transición por este camino de implementación de los parámetros o criterios que se deben seguir para el diseño de RSE; esto se logra mediante el respeto y cumplimiento de la ley, además de incluir a todos los involucrados en la toma de decisiones.

En (1996) el autor Lutz en su artículo “A Resource-Based-Viewed of the Socially Responsible Firm” habla que “la gestión de los recursos organizacionales bajo el desarrollo de acciones en RSE permite la mejor utilización del recurso conocimiento dentro de cada relación empresa - grupos de interés. Se cree que la gestión del conocimiento amparada por actividades responsables genera un proceso de

⁵⁵ CANCINO DEL CASTILLO. Op. cit., p. 17

⁵⁶ Ibíd., p. 27

⁵⁷ Ibíd., p. 32

compartir para aprender y aprender para otra vez compartir, alimentando una espiral interminable de generación de conocimiento y de mayor desarrollo competitivo”⁵⁸

La idea principal de este estudio es que las empresas pueden lograr beneficios económicos y el desarrollo sustentable de la empresa y su entorno, esto se logra haciendo el bien a los grupos de interés lo que permite obtener mayor conocimiento el cual es un factor para alcanzar ventajas competitivas. Se debe realizar un proceso de gestión del conocimiento que busca generar y compartir el conocimiento con los miembros internos y externos de la empresa.

En su trabajo “The path of Kyosei” Kaku (1997) habla sobre la filosofía kyosei, la cual aplicó a su organización y la define como “la filosofía del espíritu de la cooperación” “en una compañía que se practica Kyosei se establece una relación armónica con los clientes, proveedores, competidores, gobiernos y con el medioambiente, convirtiendo a esta filosofía en una poderosa herramienta que afecta positivamente su entorno político, económico y social”⁵⁹ según esta filosofía las empresas pueden promover la prosperidad sin afectar sus ganancias, el objetivo es trabajar por el bien común.

Las empresas influyen sobre la sociedad por eso no se debe buscar únicamente ganar dinero, ya que esto conlleva a la decadencia; debe existir un compromiso completo de la empresa con el medio ambiente y el bienestar de la sociedad.

Kofi Annan (1999) Secretario General de las Naciones Unidas dio la iniciativa para el pacto global, “la propuesta trae consigo la puesta en marcha de un proyecto que invita a los distintos 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”⁶⁰ el pacto global de las Naciones Unidas ayuda en la estabilidad y equidad de los mercados, incluyendo acciones responsables que generen confianza, capital social y desarrollo económico.

El pacto global es un convenio de forma voluntaria que realizan las empresas donde integran la Responsabilidad Social Empresarial, que busca aplicar principios éticos para generar beneficios a todos los grupos de interés.

Wood y Lodgson (2002) en su trabajo “Business Citizenship: From Individuals to Organizations, Society for Business Ethics” explican que “las organizaciones no son entes individuales con autonomía para decidir sus actos, por el contrario, son actores de un entorno el cual los define y, asimismo, ellos definen aspectos de dicho entorno. Esto quiere decir que al ser una organización adquieren una serie de derechos y deberes en un marco que regula tanto el alcance de sus acciones, así

⁵⁸ CANCINO DEL CASTILLO. Op. cit., p. 19

⁵⁹ Ibid., p. 39

⁶⁰ Ibid., p. 41

como el modo de conseguir sus objetivos”⁶¹ este trabajo busca cambiar el concepto de RSE por el de ciudadano corporativo con un criterio más voluntario para entender el sentido moral y social de la RSE. La idea de ciudadano corporativo se plantea como voluntaria, con un enfoque en la comunidad local y la caridad, pero los intereses personales son incentivo para los comportamientos responsables con la comunidad y hace énfasis en la forma como enfrentan los derechos y deberes las empresas.

En los trabajos “The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility” Porter (2002) y “The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy” Kramer (2006) “Según los autores, ciertas acciones filantrópicas de mediano y largo plazo generan retornos positivos para las empresas, viéndose un primer efecto al conseguir un aumento del valor de intangibles tales como la marca o reputación. Al respecto, los autores explican que para aquellas empresas que buscan maximizar el valor actual de los flujos futuros, el desarrollo de una filantropía estratégica permite a las empresas generar acciones ligadas a la creación de valor social y empresarial, generándose relaciones win-win, lo que es lo mismo que decir que tanto las empresas como la sociedad obtienen beneficios”⁶²

Se plantea que las inversiones en RSE a largo plazo pueden traer rentabilidad pero a corto plazo solo son gastos, es por eso que hay diferencias entre realizar actividades responsables y maximizar beneficios. Por eso se llega al concepto de filantropía estratégica donde se busca alcanzar objetivos estratégicos y sociales, teniendo en cuenta que las empresas deben realizar solo actividades de RSE que generen valor.

Wilcox (2005) en su estudio “Responsabilidad Social Empresarial. La Nueva Exigencia Global” hace una relación entre responsabilidad social, reputación corporativa y relaciones públicas, además de los impactos en la economía, el medio ambiente y las personas. “el autor transmite la idea de que la RSE debe ser utilizada como una herramienta para el desarrollo de políticas y acciones corporativas, en donde algunas de ellas deben estar destinadas directamente a mejorar la parte operacional de su negocio, responsabilidad operacional”⁶³ estas estrategias son las de fortalecimiento y credibilidad de la marca, es la valoración que tienen los grupos de interés hacia la empresa, se busca obtener una reputación corporativa.

También se busca la responsabilidad operacional que comprende las políticas corporativas alineadas a los objetivos socialmente responsables y la responsabilidad con la comunidad que implica la participación en el entorno social.

⁶¹ CANCINO DEL CASTILLO. Op. cit., p. 35

⁶² Ibid., p. 20

⁶³ Ibid., p. 28

Chomali y Majluf (2007) en su libro “Ética y Responsabilidad Social en la Empresa” indican que “las empresas juegan un rol en la sociedad como agentes generadores de cambio a nivel social -- motores de su desarrollo – los cuales deben participar en el marco de dimensiones éticas de acuerdo con las expectativas de las personas con las cuales se relacionan”⁶⁴ estos autores tienen una mirada de RSE desde los valores humanos, por lo cual esta no se debe aplicar por intereses económicos sino porque el ser humano es bueno por naturaleza y así lo desea realizar, lo que lo hace mejor persona; además las empresas son guiadas por los valores éticos y morales.

Según los autores mencionados, cada uno dirige su atención o foco central de la Responsabilidad Social Empresarial basados en aspectos diferentes como son los intereses económicos, políticos, ambientales o sociales, algunos definen el concepto como un medio para alcanzar mayores beneficios económicos y por el contrario otros se centran en una definición más humana y caritativa, con la cual se pueden beneficiar las partes involucradas.

Este estudio fue realizado bajo la guía de los pensamientos y conceptos del autor Edward Freeman sobre Responsabilidad Social Empresarial; ya que Freeman concibe que en la empresa aparte de gestionar recursos y operaciones, también debe tener en cuenta los diversos grupos de interés, más allá de la competencia por los recursos busca la colaboración y cuidado entre todos. Propone que cada involucrado o participante directo o indirecto en las actividades de la empresa agrega valor y bienestar para todos.⁶⁵

El propósito de este estudio fue realizar una propuesta de un diseño de Responsabilidad Social Empresarial bajo las premisas antes mencionadas, el cual busco un impacto positivo en todos los factores de la RSE e involucro los grupos de interés internos y externos de la organización, ya que estos afectan el desarrollo de las actividades.

Tabla 4. Síntesis del marco teórico

En esta tabla síntesis se pretendió dar a conocer los contenidos más importantes del marco teórico que compone esta investigación, es decir, de los aportes más valiosos que dieron guía a este proyecto, con las ideas o supuestos generales que los autores han aportado sobre las prácticas de RSE, también se hace un análisis con el fin de obtener unas variables o elementos de estudio que encaminaron el desarrollo de la investigación.

⁶⁴ CANCINO DEL CASTILLO. Op. cit., p. 45

⁶⁵ *Ibíd.*, p. 37

TEORÍA/AUTOR	SUPUESTO	DESARROLLO	VARIABLE
Teoría de sistemas. Oscar Johansen	Un sistema está compuesto por un conjunto de partes coordinadas y en interacción, donde toman en cuenta su medio o entorno. La organización es una cadena compuesta por subsistema-sistema-supersistema, además de contar con unos elementos, como son: las entradas, la conversión, las salidas y la retroalimentación. Es necesario desarrollar una capacidad de adaptación con el medio o entorno que rodea al sistema.	La empresa tiene una interacción con su entorno y cada acción o cambio que desee realizar es relacionado con su medio, la empresa posee unas relaciones con sus partes y con su entorno, como sistema abierto estas relaciones afectan a todas las partes involucradas de forma positiva o negativa, también su conducta debe ser acorde con las exigencias del medio.	Cambios o modificaciones del entorno.
Teoría de sistemas. Katz y Kahn	La organización es un sistema compuesto por subsistemas en interacción entre sí. Los cambios en el ambiente tienen un impacto sobre la organización y los cambios internos de la organización tienen un impacto en su ambiente.	La relación entre organización y ambiente es directa, los cambios en una de ella afecta a la otra, por lo tanto se deben ajustar a estos cambios.	Análisis del impacto que se genera entre la organización y su entorno.
Evolución histórica de la RSE y el balance social. Juan Guillermo Correa Jaramillo	El factor competitividad cobra importancia para las empresas, por lo que buscan atraer clientes con factores diferenciadores, como es la actitud responsable de la organización, generando una imagen transparente al público.	Las prácticas de la RSE permiten una integración en las prácticas sociales, ambientales y las relaciones con los diferentes grupos de interés, lo cual puede dar como resultado el aumento de la productividad y la competitividad.	El valor agregado de la RSE en la competitividad.
Teorías de carácter político. Davis	En la medida que aumenta la participación y tamaño de la empresa en una economía, las decisiones de negocio de una empresa empiezan a afectar al medio donde se desarrolla.	Las organizaciones tienen influencia sobre la sociedad, por lo tanto se debe equilibrar la relación de la empresa entre el poder y la responsabilidad.	Correlación entre el poder que posee la empresa y su influencia.

Continuación tabla 4. Síntesis del marco teórico

TEORÍA/AUTOR	SUPUESTO	DESARROLLO	VARIABLE
Teorías integradoras. Carroll	Para la existencia de una definición de RSE, se deben considerar las categorías económica, legal, ética y discrecional.	Dimensiones que benefician a los involucrados, como la maximización de utilidades, el cumplimiento de responsabilidades legales y éticas, igualmente las contribuciones filantrópicas, esto con el fin de llevar a cabo prácticas de RSE completas.	Vínculo entre los aspectos económicos, legales y éticos de la organización.
Teorías integradoras. Jones	El compromiso social debe ser adoptado en forma voluntaria y se debe extender de los accionistas a otros grupos de interés.	El compromiso con los grupos de interés se debe regular con políticas públicas, además imponer sanciones monetarias a las actividades irresponsables.	Inclusión de los grupos de interés a las prácticas de RSE.
Teorías sobre la ética y la moral en los negocios. Edward Freeman	Las empresas deben considerar la gestión interna de sus recursos y operaciones, también deben tener en consideración a todos los actores que pueden afectar directa o indirectamente el desarrollo de sus actividades.	La empresa debe tener en cuenta a sus grupos de interés, generando un impacto positivo en estos.	El desarrollo de la RSE gira entorno a sus grupos de interés.
Teorías instrumentales. Lizt	Las acciones de RSE permiten una mejor utilización del recurso conocimiento dentro de cada relación empresa - grupos de interés.	Las empresas pueden lograr beneficios económicos y el desarrollo sustentable de la empresa y su entorno, esto se logra haciendo el bien a los grupos de interés lo que permite obtener mayor conocimiento el cual es un factor para alcanzar ventajas competitivas.	El impacto positivo de los grupos de interés en pro del conocimiento.

Continuación tabla 4. Síntesis del marco teórico

Teoría/autor	Supuesto	Desarrollo	Variable
Teorías sobre la ética y la moral en los negocios. Kaku	Establecer una relación armónica con los clientes, proveedores, competidores, gobiernos y con el medioambiente, que afecte positivamente su entorno político, económico y social.	Las empresas pueden promover la prosperidad sin afectar sus ganancias, el objetivo es trabajar por el bien común, debe existir un compromiso completo de la empresa con el medio ambiente y el bienestar de la sociedad.	El objetivo de la RSE es buscar el bien común para sus grupos de interés.
Teorías de carácter político. Wood y Lodgson	Las organizaciones son actores de un entorno el cual los define y, asimismo, ellos definen aspectos de dicho entorno. Es decir que adquieren una serie de derechos y deberes en un marco que regula tanto el alcance de sus acciones, así como el modo de conseguir sus objetivos.	Un concepto de RSE más voluntario para entender el sentido moral y social, con un enfoque en la comunidad local y la caridad.	Relación dependiente entre la organización y su entorno.
Teorías sobre la ética y la moral en los negocios. Chomali y Majluf	Las empresas juegan un rol en la sociedad como agentes generadores de cambio a nivel social, deben participar en el marco de dimensiones éticas de acuerdo con las expectativas de las personas con las cuales se relacionan.	Prácticas de RSE desde los valores humanos, por lo cual estas no se deben aplicar por intereses económicos sino porque el ser humano es bueno por naturaleza y las empresas son guiadas por los valores éticos y morales.	La RSE involucra en sus prácticas una dimensión ética y moral.

Fuente: Elaboración propia a partir de los supuestos de los autores mencionados en el marco teórico

La anterior síntesis del marco teórico es una herramienta que permite comprender e interiorizar los contenidos de este estudio, los aportes de los autores mencionados anteriormente y los elementos que orientaron el desarrollo del mismo. De esta forma se facilitan los procesos de aprendizaje y se organizan las ideas con el fin de obtener los resultados esperados en la investigación, generando así mismo aportes y conocimientos a las prácticas de RSE.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

El concepto de **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL** hace referencia al equilibrio que debe existir entre la razón de ser de las organizaciones, es decir un

beneficio de utilidades percibido por un producto o servicio que ofrecen pero a su vez debe estar acompañado de una retribución en su entorno social por el impacto que pueda generar en el mismo. Las empresas asumen un compromiso que en últimas lo que busca es lograr un bienestar social y un desarrollo sostenible entre las partes involucradas bien llamados (stakeholders) o grupos de interés.

Según Carroll (1991)⁶⁶ manifiesta que la RSE en las empresas actuales va más allá de las obligaciones que tiene con las personas que le inyectan capital, es decir inversionistas o accionistas y que esta involucra de alguna forma la responsabilidad que tiene con los demás grupos de interés. Según Daft la RSE debe estar encaminada en que la toma de decisiones por parte de los altos mandos debe subvencionar o procurar el bienestar de la sociedad sin olvidar los objetivos de la organización⁶⁷. Por otro lado, Porter y Kramer afirman que “percibir la responsabilidad social como la construcción de valor compartido y no como un control de daños o una campaña de relaciones públicas, requerirá un pensamiento de negocios radicalmente distinto”.⁶⁸

Dicho esto, las organizaciones actuales compiten en un mundo globalizado lo que les exige un mayor compromiso. Es fundamental tener claro que deben cooperar con la sociedad y que su planeación estratégica debe tener en cuenta no solo esta dimensión sino todas las que se vinculan con la (RSE). Los autores dan una definición acertada sobre el concepto de RSE y en consideración a sus aportes cabe estimar que estos se aplican y son de gran importancia en igualdad de condiciones para el proceso de investigación.

La **EMPRESA** es una organización en la que interactúan una serie de factores en los que intervienen procesos, con el propósito de transformar y ofrecer satisfacer una necesidad creada ya sea un bien o servicio. Según Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera, autores del libro "Hacer Empresa: Un Reto", manifiestan que la empresa es "un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado".⁶⁹

Otra definición es la planteada por el Código de Comercio, en su Art. 25: “Se entenderá como empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes o para la prestación de servicios”.⁷⁰ De igual forma, para Julio García y Cristóbal Casanueva, autores

⁶⁶ CARROLL, Archie. The pyramid of Corporate Social Responsibility Toward the moral management of Organizational Stakeholders. Indiana: Elsevier inc., 1991. p. 39-40

⁶⁷ DAFT, Richard. Teoría y diseño organizacional. México: Cengage learning, 2000. p. 147-148

⁶⁸ PORTER, Michael y KRAMER, Mark. Estrategia y sociedad. Estados Unidos: universidad de Harvard, 2006. p. 15

⁶⁹ PALLARES, Zoilo; ROMERO, Diego y HERRERA, Manuel. Hacer Empresa: Un Reto. 4 ed. Bogotá: Fondo Editorial Nueva Empresa, 2005. p. 41.

⁷⁰ Código de comercio. [En línea] 2016. [Citado 08-nov-2016]. Disponible en internet: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

del libro "Prácticas de la Gestión Empresarial", entienden la empresa como una "entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados".⁷¹

Después de analizar en profundidad el criterio de las citas mencionadas anteriormente, se puede concluir que la descripción dada para el concepto de **EMPRESA** por los autores Julio García y Cristóbal Casanueva. En su libro "Prácticas de la Gestión Empresarial", de forma minuciosa hace mención a los componentes que interactúan en la empresa. Por tal motivo, se precisa decir que la definición planteada es mucho más completa.

Con todo lo relacionado con el término de RSE lo que se busca es generar un mayor reconocimiento a las empresas u organizaciones, lo que les permita ser más competitivas y dar un valor agregado generando un mayor estatus en cuanto a marca lo que obtendrá como resultado un **CRECIMIENTO EMPRESARIAL**.

Fernández, García y Ventura lo definen como "un índice de comportamiento dinámico de la empresa que mide su aptitud para ensanchar sus posibilidades comerciales, financieras y técnicas en mercados con alto grado de dinamismo tecnológico; en consecuencia con altas dosis de incertidumbre, lo que obliga a las empresas que quieran mantener la paridad competitiva con sus más directos rivales, a igualar, al menos, la generación de recursos para desarrollar sus estrategias de inversión en I+D, marketing y nuevos equipos productivos, asegurando con ello la supervivencia".⁷²

Charan menciona que el crecimiento empresarial es "un acto creativo, pero también un proceso social disciplinado, que enlaza las diferentes partes móviles de una organización a fin de conseguir un aumento constante de las ventas". Blázquez y Verona definen el crecimiento empresarial como "el proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno o promovidos por el espíritu emprendedor del directivo, según el cual la empresa se ve compelida a desarrollar o ampliar su capacidad productiva mediante el ajuste o adquisición de nuevos recursos; [...] para ello realiza cambios organizacionales que soporten las modificaciones realizadas, [...] ante lo cual todo debe venir avalado por la capacidad financiera de la empresa que [...] a través de dicho proceso permita obtener una competitividad perdurable en el tiempo".

Los tres autores en mención contribuyen significativamente en la explicación del concepto. Visto desde una perspectiva general Blázquez & Dorta J. A. & Verona

⁷¹ GARCÍA, Julio y CASANUEVA ROCHA, Cristóbal. Prácticas de la Gestión Empresarial. Madrid: McGraw Hill, 2001. p. 3.

⁷² FERNÁNDEZ, Ana Isabel; GARCÍA, Rafael María y VENTURA, Juan. Análisis del crecimiento sostenible por los distintos sectores empresariales. Documento de trabajo de la Universidad de Oviedo, 1988. p. 3.

hacen un amplia referencia a lo que se busca con el **CRECIMIENTO EMPRESARIAL**, que es alinear los procesos de la organización, haciendo referencia a producción, talento humano y en general a todos los recursos de los que se disponen para llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos.⁷³

GRUPOS DE INTERES O STAKEHOLDERS hacen referencia a los individuos que dentro de una organización se ven afectados o involucrados en las decisiones que allí se toman. Para Freeman quien expone que los grupos de interés están descritos por las personas que "pueden afectar el logro de los objetivos de una organización, o son afectados por el logro de tales objetivos"⁷⁴. Según Daft los grupos de interés en las empresas "son cualquier grupo dentro o fuera de ella a quienes afecta su desempeño"⁷⁵. Y para Bateman y Snell, "los grupos de interés comprenden la empresa, los empleados, los accionistas, los clientes, los proveedores y los grupos de interés público"⁷⁶.

Aunque los tres autores hablan de forma concisa con respecto al término referenciado y hacen alusión a los grupos de interés se podría mencionar que el autor Bateman y Snell los detallan de una forma más clara nombrando uno a uno los grupos que se ven involucrados en determinada organización. Por ello es indudable que estos grupos tanto internos como externos se ven afectados ya sea de forma positiva o negativa con la razón de ser de las organizaciones y específicamente con su actuar.

Tabla 5. Síntesis del marco conceptual

En la siguiente tabla están los conceptos más importantes dados por los autores citados con los que se construyó el marco conceptual

AUTOR	CONCEPTO	APLICACIÓN
CARROLL	Plantea cuatro clases de responsabilidades sociales de las empresas, vistas como una pirámide. Las cuatro clases de responsabilidades son: económicas, legales, éticas y filantrópicas.	Contribuye a determinar como el Hotel Campestre el Danubio basado en estas cuatro dimensiones no tiene planificado dentro de sus procesos de forma consiente el concepto de RSE.

⁷³ BLÁZQUEZ, Félix; DORTA, José Andrés y VERONA, María concepción. Concepto, perspectivas y medida del Crecimiento empresarial. Cuadernos de Administración. 2006.

⁷⁴ FREEMAN, Edward. Strategic Management. Boston: Cambridge University Press, 1984. p. 46.

⁷⁵ DAFT. Op. cit., p. 147

⁷⁶ BATEMAN, Thomas y SNELL, Scott. Administración: un nuevo panorama competitivo. México: McGraw Hill, 2005. p. 151.

Continuación tabla 5. Síntesis del marco conceptual

AUTOR	CONCEPTO	APLICACIÓN
DAFT	La RSE debe estar encaminada en que la toma de decisiones por parte de los altos mandos debe subvencionar o procurar el bienestar de la sociedad sin olvidar los objetivos de la organización.	El impacto social por parte de las organizaciones influye positiva o negativamente en el grupo social que se afecta o beneficia por el desarrollo de sus actividades.
PORTER Y KRAMER	Percibir la responsabilidad social como la construcción de valor compartido y no como un control de daños o una campaña de relaciones públicas, requerirá un pensamiento de negocios radicalmente distinto.	La RSE debe ser vista dentro de la organización en cuestión, más como la oportunidad de generar cambios que contribuyan al desarrollo interno y externo.
FREEMAN	Las empresas deben considerar la gestión interna de sus recursos y operaciones, también deben tener en consideración a todos los actores que pueden afectar directa o indirectamente el desarrollo de sus actividades.	El evaluar de forma directa los grupos que interactúan con la organización ayuda a determinar las relaciones dadas con los grupos mencionados.
BATEMAN Y SNELL	Los grupos de interés comprenden la empresa, los empleados, los accionistas, los clientes, los proveedores y los grupos de interés públicos.	Para tener en cuenta cualquier cambio a realizar se debe gestionar la participación de los grupos involucrados.

Fuente: Elaboración propia a partir de los supuestos de los autores mencionados en el marco conceptual

Los conceptos planteados por los autores en mención son la sustentación teórica del trabajo investigativo o de intervención que se desarrolló en el Hotel Campestre el Danubio.

2.4 MARCO LEGAL

La Responsabilidad Social Empresarial en Colombia se enmarca bajo la necesidad de fundamentar un cambio necesario a la hora de mirar el impacto que generan las empresas en su entorno llamado interno y externo, aunque es algo voluntario, es decir que no existe ningún tipo de ley que hasta el momento exija su legal cumplimiento o que se encargue por parte del Estado de verificar quien las cumple o no, más bien es un compromiso que asume el hombre de negocios actual. Estas

obligaciones que van más allá de lo que se considera como legal y normalmente exigible; puesto que estos compromisos u obligaciones no poseen una ley jurídica que los sustente. Por ende, el incorporar este tipo de políticas en el manejo de las empresas lo que buscan es generar un valor agregado que permite una mayor competitividad de las mismas⁷⁷.

El concepto de RSE se observa desde diferentes perspectivas, también llamadas dimensiones, dentro de las que se encuentran:

Dimensión ambiental: Hace referencia al medio ambiente natural y lo que se pretende es buscar las herramientas necesarias para la conservación de los recursos naturales en pro de un ambiente más limpio y un aprovechamiento de forma responsable que evite efectos negativos o mitigue sus consecuencias.

Dimensión social: Se refiere a las relaciones de la empresa con la sociedad y se evidencia dentro de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial con el uso de expresiones tales como “preocupaciones sociales”, “contribución a una mejor sociedad”, etc.

Dimensión económica: Se encuentra en los elementos socio económicos y financieros de una empresa, y hace referencia a que el proceso de administración no solo busque beneficios monetarios para los inversionistas, va más allá está dimensión económica, que lo que procura es inquirir una mayor contribución al desarrollo económico de la región o país donde lleve a cabo su actividad.

Dimensión de los grupos de interés (Stakeholders): De forma interna y externa en las organizaciones interactúan ciertos grupos que se ven involucrados en la toma de decisiones y contribuyen en el cumplimiento de los objetivos, tales grupos de interés son: empleados, proveedores, consumidores y las comunidades.

Dimensión de la voluntariedad (Voluntariness): Se refiere a comportamientos conductuales no estipulados en ninguna ley como ejemplo de ello se mencionan valores éticos, entre otras⁷⁸.

Hasta el momento existen varias herramientas que están a la mano para implementar la RSE en las organizaciones. Tales instrumentos pueden tener origen en el marco internacional, gubernamental o no, como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas o las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), o pueden tener origen en iniciativas privadas tales como la ISO 26000 o la organización Global Reporting Initiative (GRI).

En Colombia la iniciativa de generar un proceso en el que las empresas se interesaran por implementar todo lo relacionado con Responsabilidad Social Empresarial surge con el interés por parte de la Caja de Compensación Familiar de

⁷⁷ CAPÍTULO 12 - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL - GUÍA LEGAL 2016. p.156.

⁷⁸ *Ibíd.*, p. 160

Antioquia, que con el apoyo de ICONTEC -como Organismo Nacional de Normalización- inició el proceso de creación del documento.

La norma llamada Guía Técnica Colombiana No. 180 sobre Responsabilidad Social Empresarial. “Es una guía de carácter voluntario publicada por el Comité Técnico Colombiano 180 del ICONTEC, contiene recomendaciones que permiten a las organizaciones adoptar prácticas en responsabilidad social, mediante la adopción de los principios de respeto a la dignidad de la persona humana, responsabilidad ética, participación, enfoque de procesos, desarrollo humano integral y mejora continua”⁷⁹

En la Tabla 6 se presenta el concepto de RSE para cada norma, así como los objetivos y función de las mismas.

Tabla 6. Síntesis de la normatividad de la Responsabilidad Social Empresarial

En esta tabla se encuentra estipulado las normas con las que cuenta de forma vigente el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y con las que se busca establecer una relacion adecuada a la hora de llevar a cabo el ejercicio de intervención.

Título	Concepto de RSE	Objetivo y función
ISO 26000 (Norma Guía)	“Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente” (ISO 26000:2010, p.4)	Objetivo: “Proporcionar orientación a las organizaciones sobre responsabilidad social y puede utilizarse como parte de las actividades de la política pública”. Función: “Ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible” (ISO 26000:2010, p.1)
Norma de aseguramiento AA 1000	“La serie AA 1000 define la “responsabilidad” como constituida por:-transparencia para rendir cuentas a las partes interesadas,-capacidad de respuesta para atender las preocupaciones de las partes interesadas y-cumplimiento para lograr los estándares con los cuales se compromete voluntariamente, y las normas y regulaciones que debe cumplir por razones legales” (Accountability: 2003, p. 29)	Objetivo: “evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias. Asimismo, provee de orientación sobre los elementos clave del proceso de aseguramiento” (AA 1000:2003, p.5) Función: Estándar para asegurar la calidad de los informes de sostenibilidad para el cumplimiento de la ley, los compromisos con la política establecida, la reputación y el manejo de riesgos, y la percepción que tenga la compañía sobre su deber ético y moral.
Cuadro central, indicadores sociales AECA (la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas)	“La responsabilidad social corporativa es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su compromiso social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa”. (AECA, 2003, p. 9)	Los objetivos generales de la comisión RSC de AECA, acordes con su misión y visión, son: a) Desarrollo científico de la responsabilidad social corporativa. b) Implantación generalizada de la RSC en las organizaciones. c) Difusión de las técnicas de la dirección y gestión centradas en RSC. d) Promoción de la colaboración entre personas, organizaciones e instituciones nacionales e internacionales dedicadas a la RSC. (AECA, 2003, p.1)
Global Reporting Initiative (GRI)	No define un concepto de RSE. Su posición es desde la Sostenibilidad: “la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora o al deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global” (GRI, s.f)	Las directrices establecen indicadores específicos categorizados en económicos, ambientales y sociales que ponen énfasis en la materialidad lo que implica reflejar los impactos significativos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en la toma de decisiones de los grupos de interés. (GRI, s.f)

⁷⁹ CAPÍTULO 12 - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. Op. cit., p. 160

Continuación tabla 6. Síntesis de la normatividad de la responsabilidad social empresarial

SGE 21: 2008, Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable	“La Responsabilidad Social es la integración voluntaria de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos (superando el cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes) en el gobierno, gestión, estrategias, políticas y procedimientos de las organizaciones” (INGECAL, 2011, p. 3)	Se centra principalmente en el cumplimiento de la legislación y normativa, Política de Gestión Ética y Responsabilidad Social, Código de Conducta, Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social, Diálogo con los grupos de evaluación, Revisión por la Dirección y mejora continua, Informe de Responsabilidad Social y comunicación (INGECAL, 2011)
Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial	La RSE es definida por la relación que la empresa establece con todos sus públicos (stakeholders), a corto y a largo plazo. Los públicos correspondientes, en contacto y afinidad con la empresa, comprenden innumerables organizaciones de interés civilsocial-ambiental, además de aquéllos usualmente reconocidos por los gestores –público interno, accionistas y consumidores/ clientes (Ethos: 2005, p.9)	Los indicadores ETHOS permiten a las empresas evaluar el grado de desarrollo de las estrategias, políticas y prácticas en los ámbitos que involucran la responsabilidad social de una organización. Estos indicadores abarcan la RDE desde una perspectiva integral, que incluye las políticas y acciones e la empresa en siete dimensiones (Ethos: 2005)
Norma SA 8000	“No es abarcativa de la totalidad de los aspectos del concepto de Responsabilidad Social, pero posee indudables ventajas para cualquier organización que desee comprometerse con los principios éticos y sociales que redundarán en ventajas de diversa índole inclusive y fundamentalmente económicas” (Aguero, 2011)	Involucra activamente a la alta dirección e incluye los aspectos de la RS dentro de la política de empresa. Es imprescindible contar previamente con un sistema de gestión, normalmente la ISO 9001, no contempla de forma sistemática la implicación y el trabajo conjunto con stakeholders externos (Aguero, 2011)
Guía del Pacto Mundial	“No definen el concepto de RSE; sin embargo consideran que: Las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades mas prósperas” (Pacto Mundial, 2013).	Integrar los cambios necesarios en las operaciones, de tal manera que el Pacto Mundial y sus principios sean parte de la gestión, la estrategia, la cultura y el día a día de la actividad empresarial, alrededor de 4 ejes temáticos: derechos humanos, condiciones laborales, medio ambiente y anticorrupción.

Fuente: Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / Vol. 29 N° 5 0 / julio - diciembre de 2013 PAG. 201

Basado en normas internacionales, en Colombia la norma llamada Guía Técnica Colombiana No. 180 sobre Responsabilidad Social Empresarial es la que busca establecer parámetros que permitan a las organizaciones implementar las herramientas necesarias para contribuir con el desarrollo de sus organizaciones en este aspecto en particular. La tabla anterior es la normatividad que sirvió de base para el proceso de investigación.

A continuación se hace mención a la normatividad relacionada con el funcionamiento del sector turístico y hotelero al que se hace referencia:

2.4.1 Norma técnica sectorial

Estas son las Normas Técnicas Sectoriales en Colombia vigentes hasta la fecha:

NTSH 001 Actividades Básicas Para La Prestación Del Servicio

NTSH 002 Atención De Sugerencias Y Reclamaciones

NTSH 003 Prestación De Servicio En Recepción Y Reservas

NTSH 004 Atención Del Área De Conserjería

NTSH 005 Manejo De Valores E Ingresos Relacionados Con La Operación

NTSH 009 Apartamentos Turísticos

NTSH 010 Aparta hoteles

NTS-TS 002 Sostenibilidad EAH

NTS-TS 006 Categorización por estrellas de Hoteles.

NTS-TS 007 Posadas Turísticas

NTS-TS 008 Alojamientos Rurales

NTS-TS 012 Recintos de Campamento o Camping⁸⁰

2.4.2 El código sustantivo del trabajo

La normatividad legal del código sustantivo del trabajo tiene en cuenta la Responsabilidad Social Empresarial y estas se orientan a los grupos de interés que se ven involucrados. En Colombia, las acciones de responsabilidad social que se ven involucradas, colaboradoras haciendo extensivas a sus familias, deben cumplir con lo estipulado de forma legal en el Código Sustantivo del Trabajo. Otras leyes relacionadas, como por ejemplo Ley 50 de 1990 de reformas al CTS, LEY 789 del 2002 referente a la reforma laboral y la Ley 1010 de 2006 de acoso laboral.⁸¹

El CTS tiene como principal finalidad la de “lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.”⁸²

2.4.3 Legislación sanitaria

Resolución 2674 del 2013. A partir de Julio de 2014 entra en vigencia el Decreto 3075 de 2013. Última Actualización:

⁸⁰ NTS – alojamiento y hospedaje. [En línea]. 2014. [Citado 11-nov-2016] disponible en internet: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=3257>

⁸¹ MELO, Jenny; SÁNCHEZ, Karem y GARCÍA, Mónica. Responsabilidad social empresarial desde la gestión humana. 2011. p. 54.

⁸² Ibid., p.54

NORMA TÉCNICA SECTORIAL COLOMBIANA NTS-USNA 007

“Todo manipulador de alimentos para desarrollar sus funciones debe recibir capacitación básica en materia de higiene de los alimentos y cursar otras capacitaciones de acuerdo con la periodicidad establecida por las autoridades sanitarias en las normas legales vigentes”.

“Todo manipulador de alimentos se debe practicar exámenes médicos especiales: Frotis de garganta con cultivo, KOH de uñas (para detectar hongos), coprocultivo y examen de piel antes de su ingreso al establecimiento de la industria gastronómica y de acuerdo con las normas legales vigentes”.⁸³

2.4.4 Constitución política de Colombia

TITULO II.DE LOS DERECHOS, LAS GARANTIAS Y LOS DEBERES

CAPITULO 3. DE LOS DERECHOS COLECTIVOS Y DEL AMBIENTE.

ARTICULO 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo.

Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.

ARTICULO 80. El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución.

Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados.⁸⁴

⁸³ Resolución 2674 del 2013. Decreto 3075 de 2013.

⁸⁴ Constitución política de Colombia. Título II. Cap. 3.

3. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO

Análisis del ambiente externo y la situación interna del Hotel Campestre el Danubio para identificar sus amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades, de esta forma se obtiene un diagnóstico y se determinan las estrategias a seguir.

3.1 DIAGNÓSTICO INTERNO (PCI) PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA

Tomando como referencia al autor Humberto Serna Gómez quien manifiesta en su libro Gerencia Estratégica. Teoría, Metodología, Alineamiento, Implementación y Mapas Estratégicos, que el PCI (Perfil de Capacidad Interna de la Compañía) es “un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la compañía en relación con las oportunidades y amenazas que le presenta el medio externo. Es una manera de hacer el diagnóstico estratégico de una empresa involucrando en el todos los factores que afectan su operación corporativa”.⁸⁵

Para llevar a cabo la evaluación se hace un gráfico donde se determinan las fortalezas y debilidades y el impacto que generan para la organización. A estas se les da una calificación en una escala de alto, medio y bajo. Para así, tener claridad de las falencias, determinar cuáles son prioridad dentro de cada área examinada y la forma en que se harán las correcciones a las que haya lugar.

Las herramientas utilizadas en la realización del análisis de la capacidad interna del Hotel Campestre el Danubio, se fundamentó bajo la implementación de la observación no participante y entrevistas enfocadas al gerente de la organización, al igual que los empleados o colaboradores que forman parte de la misma.

En este caso en particular se evalúan las debilidades y fortalezas con las que cuenta el hotel, otorgando así una calificación dependiendo del impacto que esta genere dentro de la organización. Esto se hace con la intención de determinar los factores críticos y poder complementar el plan de acción con las estrategias que contribuyan a lograr las mejoras requeridas.

⁸⁵ SERNA GÓMEZ, Humberto. Gerencia estratégica. Teoría – Metodología. Alineamiento, implementación y mapas estratégicos. Índices de gestión. 10 ed. Bogotá, D.C.: 3R Editores, 2008. p. 168

Tabla 7. Perfil de Capacidad Interna de la Compañía (PCI)

Calificación Factores	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Capacidad directiva									
Buena gestión de la comunicación	x						x		
Sistema de toma de decisiones		x						x	
Difícil comunicación con el dueño del hotel				x				x	
Imagen socialmente responsable	x						x		
Capacidad competitiva									
Factores diferenciadores en la relación calidad/precio	x						x		
Satisfacción del cliente	x						x		
No se ofrecen actividades alternativas					x		x		
Quejas por el lago de pesca				x			x		
Capacidad financiera									
Acceso a capital	x							x	
Grado de utilización del endeudamiento					x			x	
Habilidad para competir con precios	x							x	
Estabilidad de costos		x							x
Capacidad técnica o tecnológica									
Tecnología usada en los productos y servicios		x							x
Instalaciones nuevas y apropiadas	x						x		
Algunas zonas presentan deterioro				x			x		
Carencia de agua potable				x			x		
Capacidad de innovación		x							x

Continuación tabla 7. Perfil de Capacidad Interna de la Compañía (PCI)

Factores \ Calificación	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Capacidad de talento humano									
Motivación del personal	x							x	
Participación y compromiso de los empleados	x						x		
Inversión en personal calificado		x					x		
Nivel de rotación					x				x

Fuente: SERNA GÓMEZ, Humberto. Gerencia estratégica. Teoría – Metodología. Alineamiento, implementación y mapas estratégicos. Índices de gestión. 10 ed. Bogotá, D.C.: 3R Editores, 2008. p. 174

Para el desarrollo del (PCI) Perfil de Capacidad Interna se tuvieron en cuenta cinco categorías:

- **La capacidad directiva:** La responsabilidad le corresponde al área gerencial y está encaminada a observar si la forma en que se llevan las riendas de la organización están bien enfocadas. Aquí se tienen en cuenta aspectos como: uso del plan estratégico y reestructuración del mismo en caso de ser necesario, imagen de la compañía, responsabilidad social en caso de que sea aplicada en sus grupos de interés, toma de decisiones y comunicación asertiva, entre otros, que lo que permiten es enfocar esfuerzos en el desempeño óptimo de los recursos que conforman la empresa.
- **La capacidad competitiva:** Esta área es la del departamento de ventas y marketing, está directamente relacionada con el producto o servicio que ofrece la compañía primordialmente con factores de calidad y formas de distribución. Así mismo, se tienen en cuenta temas relacionados con la participación en el mercado, administración de clientes, portafolio de productos, entre otros.
- **La capacidad financiera:** Corresponde al área de finanzas de la compañía. Incorpora aspectos que coordinan la forma en la que se maneja la parte económica de la organización, se tienen en cuenta factores como: rentabilidad, liquidez, gastos operacionales, costos y la forma en la que se compete con precios.

- **La capacidad tecnológica:** Pertenece al área de producción u operaciones y se tocan temas que tienen que ver con infraestructura, servicios y producción.
- **La capacidad de talento humano:** Su evaluación la realiza el área de gestión del personal y como propósito fundamental está el de examinar las fortalezas y debilidades con las que cuenta la organización en relación al recurso humano, como nivel académico, experiencia, estabilidad, rotación, ausentismo, remuneración, pertenencia y motivación.

Estas categorías lo que permiten es atisbar como resultado las deficiencias internas presentadas por el Hotel y a las cuales se les debe hacer frente con el propósito de contribuir a lograr las mejoras que se requieren.

3.2 DIAGNÓSTICO EXTERNO (POAM) PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO

“El perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM) es la metodología que permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa. Dependiendo de su impacto e importancia, un grupo estratégico puede determinar si un factor dado en el entorno constituye una amenaza o una oportunidad para la firma”.⁸⁶

Al igual que en el (PCI) en el análisis del perfil de oportunidades y amenazas en el medio (POAM), se evalúa teniendo en cuenta una escala de alto, medio y bajo. Para así, delimitar y especificar cuáles son las oportunidades con las que cuenta el Hotel. De igual forma, se establecen y evalúan las amenazas críticas que impiden el buen funcionamiento de la organización con la finalidad de observar cuales generan mayor impacto.

⁸⁶ SERNA GÓMEZ, Humberto. Gerencia estratégica. Teoría – Metodología. Alineamiento, implementación y mapas estratégicos. Índices de gestión. 10 ed. Bogotá, D.C.: 3R Editores, 2008. p. 150

Tabla 8. Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM)

Calificación Factores	Oportunidades			Amenazas			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Factores económicos									
Perjuicios por los bajos precios de otras empresas				x			x		
Efectos negativos de las temporadas bajas				x			x		
Disminución del poder adquisitivo de los clientes					x			x	
Creación de nuevos impuestos				x				x	
Factores políticos									
Política del país						x			x
Factores sociales									
Preferencia de los clientes por otros hoteles					x			x	
Paz social		x							x
Incremento del índice de desempleo					x			x	
Política salarial						x			x
Factores tecnológicos									
Telecomunicaciones		x						x	
Facilidad de acceso a la tecnología		x						x	
Automatización de procesos		x						x	
Resistencia a los cambios tecnológicos						x			x
Factores competitivos									
Ofrecer un servicio con calidad y prestigio en la región	x						x		
Alianzas estratégicas	x						x		
Sede de grandes eventos		x					x		
Ingreso de nuevas empresas hoteleras					x		x		

Continuación tabla 8. Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM)

Factores Calificación	Oportunidades			Amenazas			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Factores geográficos									
Localizado en una región caracterizada por el turismo y el comercio	x						x		
Buena ubicación y localización accesible		x					x		
Facilidad de transporte	x							x	

Fuente: SERNA GÓMEZ, Humberto. Gerencia estratégica. Teoría – Metodología. Alineamiento, implementación y mapas estratégicos. Índices de gestión. 10 ed. Bogotá, D.C.: 3R Editores, 2008. p. 153

De igual forma en la matriz (POAM) se evaluó el entorno del Hotel Campestre el Danubio para vislumbrar las carencias que presenta la organización e identificar los campos que necesitan de intervención prioritaria.

Su evaluación se realizó teniendo en cuenta seis categorías.

- **Factor económico:** En este punto en particular se analizan temas relacionados con la inflación del país donde opera la organización. De igual forma, se evalúan cuestiones relacionadas con la devaluación, el PIB y la inversión política.
- **Factor político:** A tener en cuenta en términos políticos están asuntos que vinculan a la constitución del país, normas y leyes que de forma obligatoria rigen al empresariado y la estabilidad política que brinda para generar confiabilidad en la creación de empresa.
- **Factor social:** Incluye temas que hacen referencia a todo lo relacionado con las condiciones en las que se encuentra la sociedad, es decir, aspectos demográficos. También se estudian temas como la tasa de natalidad, la forma en la que las familias distribuyen su ingreso y el porcentaje de desempleo que existe, así como, costumbres y cultura.
- **Factor tecnológico:** Utilizada como herramienta para la competencia, trata temas que describen la flexibilidad en los procesos de la organización, el nivel de tecnología y la automatización.

- **Factor competitivo:** La forma en la que se da valor agregado a los servicios que se ofrecen dentro de la organización determina el éxito en su implementación. Por ello, es importante enfocar estrategias que impliquen un factor diferenciador.
- **Factor geográfico:** Se estudian elementos como ubicación geográfica de la organización, clima del área de influencia y vías de acceso, con el fin de mirar el impacto que puedan llegar a generar en el actuar de la empresa.

Todos los factores a los que se hace mención anteriormente forman parte de la matriz POAM lo que permite el análisis del entorno corporativo y este permite observar cómo está la organización frente al medio en el que desarrolla sus actividades.

3.3 MATRIZ DE IMPACTOS DOFA

En la siguiente matriz se expone la calificación otorgada según la escala de alto, medio y bajo, de forma descendente. Según el impacto que generan dentro de la organización para así priorizar y trabajar en mejorar las fortalezas y oportunidades y acentuar las debilidades y amenazas con el objetivo de llevar a cabo un análisis que permita tener en cuenta todos los factores que son relevantes y que se deben involucrar en el desarrollo del plan de acción.

Tabla 9. Matriz de impactos DOFA – Ponderado

Fortalezas	Impacto			Oportunidades	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo
Buena gestión de la comunicación	x			Ofrecer un servicio con calidad y prestigio en la región	x		
Imagen socialmente responsable	x			Alianzas estratégicas	x		
Factores diferenciadores en la relación calidad/precio	x			Sede de grandes eventos	x		
Satisfacción del cliente	x			Localizado en una región caracterizada por el turismo y el comercio	x		

Continuación tabla 9. Matriz de impactos DOFA – Ponderado

Fortalezas	Impacto			Oportunidades	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo
Instalaciones nuevas y apropiadas	x			Buena ubicación y localización accesible	x		
Capacidad de innovación	x			Telecomunicaciones		x	
Participación y compromiso de los empleados	x			Facilidad de acceso a la tecnología		x	
Inversión en personal calificado	x			Automatización de procesos		x	
Acceso a capital		x					
Habilidad para competir con precios		x		Facilidad de transporte		x	
Estabilidad de costos		x		Paz social			x
Motivación del personal		x					
Tecnología usada en los productos y servicios			x				
Debilidades	Impacto			Amenazas	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo
No se ofrecen actividades alternativas	x			Perjuicios por los bajos precios de otras empresas	x		
Quejas por el lago de pesca	x			Efectos negativos de las temporadas bajas	x		
Algunas zonas presentan deterioro	x			Ingreso de nuevas empresas hoteleras	x		
Sistema de toma de decisiones		x		Disminución del poder adquisitivo de los clientes		x	
Difícil comunicación con el dueño del hotel		x		Creación de nuevos impuestos		x	
Grado de utilización del endeudamiento			x	Preferencia de los clientes por otros hoteles		x	
Carencia de agua potable			x	Incremento del índice de desempleo		x	
Nivel de rotación			x	Política salarial			x
				Resistencia a los cambios tecnológicos			x
				Política del país			x

Fuente: SERNA GÓMEZ, Humberto. Gerencia estratégica. Teoría – Metodología. Alineamiento, implementación y mapas estratégicos. Índices de gestión. 10 ed. Bogotá, D.C.: 3R Editores, 2008. p. 188

Teniendo como base los resultados obtenidos en la matriz, se procede a construir el DOFA, donde se cruza la información obtenida y así se logró un acercamiento mayor a las necesidades que enfrenta el Hotel Campestre el Danubio con el único fin de plantear estrategias encaminadas a lograr las mejoras que se requieren.

La matriz DOFA es una herramienta que se aplicó con el fin de obtener una visión global del Hotel Campestre el Danubio, lo que permitió hacer un diagnóstico de la situación real en la cual se encontraba e identificar cada uno de los factores internos y externos; es necesario aplicar estrategias para potenciar los elementos positivos y debilitar los elementos negativos. Esta herramienta es muy útil para la solución de problemas y la toma de decisiones.

Tabla 10. Matriz DOFA

MATRIZ DOFA		
FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. El hotel cuenta con un gran espacio e instalaciones nuevas y apropiadas para la prestación del servicio, además una tecnología avanzada. 2. Es un hotel con factores diferenciadores y con una buena relación calidad/precio. 3. La dirección permite la participación y compromiso de los clientes internos (trabajadores). 4. Hay una buena gestión de comunicación para dar a conocer los servicios que ofrece el hotel. 5. Se invierte en personal altamente calificado.	1. El hotel no posee agua potable, por lo que su olor y color no es agradable. 2. La comunicación con el dueño del hotel es un poco complicada. 3. Se presentan gran cantidad de quejas por las condiciones del lago de pesca. 4. No se ofrecen actividades diarias para el entretenimiento de niños y adultos. 5. Algunos sectores del hotel presentan deterioro por lo que requiere intervención.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. El hotel se encuentra localizado en una región caracterizada por el turismo ecológico y el comercio.	Dar a conocer el hotel en la región por los servicios que brinda y sus espacios naturales.	Resaltar los espacios verdes y la naturaleza del hotel como principal atractivo.

Continuación tabla 10. Matriz DOFA

OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
2. Establecerse en el sector hotelero a nivel regional ofreciendo un servicio con calidad y prestigio. 3. El hotel cuenta con una buena ubicación y localización accesible. 4. Ser sede de eventos que se realicen en la ciudad y zonas aledañas. 5. Incrementar los clientes por medio de alianzas estratégicas y convenios interinstitucionales.	Ser identificado por las características distintivas que poseen el hotel y la excelencia en su servicio. Involucrar a todos los interesados en las actividades y gestiones del hotel para la mejora. Ofrecer los servicios para diferentes actividades que se realicen con ayuda de los medios sociales. El personal calificado genera un servicio de mayor calidad lo que se refleja en la mejora de la imagen que se posee del hotel.	La administración debe llevar a cabo tácticas que le permitan al hotel sobresalir en el mercado. Mejorar el servicio de pesca y el manejo del lago, logrando satisfacer las necesidades de los clientes. Extender la invitación de eventos y actividades a clientes regulares con el fin de involucrarlos en las prácticas del hotel. Por medio de los convenios y las alianzas destinar un porcentaje de los ingresos al mejoramiento de las instalaciones.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS
1. Ingreso de nuevas empresas hoteleras a la región. 2. Perjuicios de la competencia por precios bajos. 3. Los clientes se inclinan por hoteles del eje cafetero por su impacto en el turismo y el reconocimiento de la región. 4. Efectos negativos de las temporadas bajas en el país y las temporadas de lluvia. 5 La crisis económica del país reduce el poder adquisitivo de los clientes y así los servicios hoteleros.	Usar la tecnología y los espacios con los que cuenta el hotel para diferenciarlo de su competencia. Destacar las características del hotel minimizando las estrategias de la competencia. Usar las experiencias de los clientes y colaboradores para dar una mejor posición al hotel frente a otros. Usar los medios de internet y la publicidad para atraer clientes en periodos con menor afluencia. Aplicar como táctica el hecho de contar con personal de alta categoría para captar clientes con diferentes características.	Hacer la gestión de fuentes de agua potables para que esto no repercuta de forma negativa en los clientes. Realizar un plan de comunicación con el fin de informar a los interesados de las actividades del hotel y del sector en el cual se encuentra. Potenciar el lago para la pesca deportiva en la región. Ampliar el portafolio de servicios de forma que se incremente el número de clientes. Mejorar la infraestructura física del hotel y sus inmuebles para atraer clientes nacionales e internacionales.

Fuente: Elaboración propia

3.4 ÁREAS DE ACTUACIÓN

En el cuadro anterior del DOFA se cruza la información de forma relacional para tener claro cuales con las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades a las que se enfrenta el Hotel Campestre el Danubio; esto con el propósito de evidenciar de qué forma se deben acrecentar las Oportunidades y Fortalezas, así mismo el modo de neutralizar y minimizar las Amenazas y Debilidades. Este proceso le facilita al hotel conocer de manera prioritaria las áreas en las que debe trabajar para mejorar y que plan de acción debe ejecutar para así lograr obtener los máximos beneficios al llevar a cabo las estrategias correspondientes.

3.5 ANÁLISIS DOFA

El sector del turismo cobra relevancia significativa en el PIB del país por esta razón las apuestas están dadas para que su crecimiento contribuya con el desarrollo económico del mismo; pero para que esto suceda se hace indispensable que el sector hotelero y más específicamente cada uno de los que bajo estos parámetros funciona tengan claro de la importancia de analizar cuáles son sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. Para de esta forma, alinear sus estrategias con las mejoras que deben ejecutar y así no solo consolidarse si no también permanecer en el tiempo en un mundo globalizado donde la competencia y más en este sector que es tan grande.

Hay muchas organizaciones que a nivel mundial buscan certificaciones relacionadas con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, que les brinden la posibilidad de ser vistas como agentes de cambio en sus procesos y lograr así una sinergia entre sus estrategias y los llamados grupos de interés que en últimas son la razón de ser de las organizaciones.

El acoger medidas relacionadas con la custodia de los recursos que le provee el entorno es una muestra del compromiso social y del cumplir con las necesidades cada vez más solicitadas por el impacto que puedan llegar a causar; por ello, se hace énfasis en la transcendencia que tiene la Responsabilidad Social Empresarial en un mundo cada vez más preocupado por el bienestar de quienes lo habitan.

3.5.1 Debilidades

- **El hotel no posee agua potable, por lo que su olor y color no es agradable**

Un factor a tener en cuenta para el hotel es la potabilización de sus aguas, puesto que para su clientela a pesar de ser un hotel rural esto trae consigo una imagen desfavorable, se hace conveniente enfocar los recursos que estén al alcance de hotel para lograr mejoras en cuanto a este tema. Ventaja que si tienen otros hoteles cercanos y que son competencia del Danubio.

- **La comunicación con el dueño del hotel es un poco complicada**

Un impedimento al que se enfrentan los directivos del hotel es la poca comunicación que existe con el propietario; puesto que a él solo le interesa la parte económica, desconociendo los requerimientos o necesidades a las que se enfrenta el Hotel Campestre el Danubio, lo que entorpece los trabajos encaminados a mejorar su infraestructura afectando el buen nombre del hotel.

- **Se presentan gran cantidad de quejas por las condiciones del lago de pesca**

Aunque el lago es ajeno a la administración del Hotel, es decir funcionan por separado, los huéspedes que hacen uso de sus instalaciones no se sienten a gusto en ellas; lo que perjudica de forma directa al hotel, puesto que como forman parte del área común los clientes asumen que son de la misma administración viéndose afectada la imagen que tienen del Danubio.

- **No se ofrecen actividades diarias para el entretenimiento de niños y adultos**

Dentro de las estrategias a implementar se hace preciso enfocar recursos para el deleite de las personas que hacen uso de las instalaciones del hotel llámense clientes temporales que van por actividades específicas o huéspedes que van por temporadas mayores. Esto brinda la sensación de pertenencia por la clientela lo que trae consigo la posible fidelización de la misma.

- **Algunos sectores del hotel presentan deterioro por lo que requiere intervención**

El Hotel Campestre el Danubio ha intervenido ciertas áreas logrando mejorar sus instalaciones ejemplo de ello son las remodelaciones llevadas a cabo en la parte de cabañas; pero existen otras que de forma primordial requieren atención inmediata, como lo son los baños de las habitaciones, ya que generan un descontento para las personas que llegan a hospedarse en el hotel.

3.5.2 Oportunidades

- **El hotel se encuentra localizado en una región caracterizada por el turismo ecológico y el comercio**

El eje cafetero es por excelencia un destino turístico llamativo para los viajeros, es por esta razón que el Hotel Campestre el Danubio debe aprovechar esta ventaja competitiva que le brinda la región en la que desarrolla sus actividades para potencializar su imagen y sea visto como una de las mejores alternativas a la hora de necesitar de sus servicios.

- **Establecerse en el sector hotelero a nivel regional ofreciendo un servicio con calidad y prestigio**

Para lograr esto es importante ofrecer servicios altamente calificados, lo que conlleva a maximizar estrategias orientadas a capacitar el personal del hotel entendiendo de la importancia del recurso humano que posee y del impacto positivo o negativo que puede llegar a generar en la percepción de la imagen del hotel; además de todos los servicios que se involucran en la atención al cliente.

- **El hotel cuenta con una buena ubicación y localización accesible**

Su ubicación en una de las principales arterias en cuanto a tráfico se refiere, le brinda el acceso de forma directa a todas las poblaciones circunvecinas otorgándole al hotel y sus huéspedes la facilidad de moverse por la región sin inconvenientes de ninguna clase.

- **Ser sede de eventos que se realicen en la ciudad y zonas aledañas**

Los espacios que posee el hotel le permiten estar en la capacidad de albergar grandes cantidades de personas y ser sede de eventos que requieran de espacios llamativos para su desarrollo. Por este motivo, el Hotel Campestre el Danubio debe orientar sus servicios y diversificar sus ingresos en la planeación de eventos de gran envergadura.

- **Incrementar los clientes por medio de alianzas estrategias y convenios interinstitucionales**

Hay zonas del hotel que pueden ser utilizadas para el deleite de quienes viven cerca de sus instalaciones o de empresas de la región que deseen brindar bienestar para sus empleados. Por ello, ofrecer un portafolio de servicios por parte del hotel a organizaciones cercanas le permite subsanar gastos en las temporadas de poca afluencia turística.

3.5.3 Fortalezas

- **El hotel cuenta con un gran espacio e instalaciones nuevas y apropiadas para la prestación del servicio, además una tecnología avanzada**

El Hotel Campestre el Danubio ha intervenido ciertas instalaciones del mismo, además de invertir en tecnología lo que le permite facilitar sus procesos y de forma directa impactar la experiencia de quienes se alojan en sus instalaciones.

- **Es un hotel con factores diferenciadores y con una buena relación calidad/precio**

La relación que existe entre la calidad de los servicios y el precio le brinda al Hotel la posibilidad de ser una de las mejores opciones al requerir de sus servicios, esto en comparación con la competencia existente en la región más específicamente en el departamento del Quindío que por la afluencia de turistas encarecen los precios dándole una ventaja al Danubio en este factor específico.

- **La dirección permite la participación y compromiso de los clientes internos (trabajadores)**

Para enfocar esfuerzos en mejoras que posibiliten el actuar de la organización, esta permite que sus colaboradores como parte fundamental del proceso evolutivo que precisa el Hotel Campestre el Danubio aporten su participación en el avance de ideas que generen liderazgo y compromiso por parte del recurso humano, esto refleja el sentido de pertenencia por la organización.

- **Hay una buena gestión de comunicación para dar a conocer los servicios que ofrece el hotel**

El hotel utiliza las herramientas que tiene a su alcance para hacer actividades de promoción y cautivar nuevos posibles clientes dando a conocer los servicios que ofrece.

- **Se invierte en personal altamente calificado**

El recurso humano como parte primordial de toda organización debe contar con la capacitación necesaria para lograr satisfacer las necesidades de los clientes. Por esta razón, para el Hotel Campestre el Danubio es sumamente importante contar con personas con actitud de servicio y deseo de crecimiento profesional.

3.5.4 Amenazas

- **Ingreso de nuevas empresas hoteleras a la región**

Durante varios años los beneficios otorgados en impuestos por parte del gobierno acrecentaron el desarrollo del sector, quizás esta sea una amenaza latente a la que el hotel debe hacer frente y buscar estrategias que aporten factores diferenciadores frente a la competencia.

- **Perjuicios de la competencia por precios bajos**

Los clientes se mueven entre proveedores de servicios turísticos más llamados por los precios y los servicios ofrecidos; esta amenaza para el hotel requiere de la atención por parte de la administración para estar enterados de los precios que maneja la competencia y de la forma en que debe hacer frente a lo que influye de

forma directa en las decisiones que se tomen en la organización para que no se vea afectado su actuar.

- **Los clientes se inclinan por hoteles del eje cafetero por su impacto en el turismo y el reconocimiento de la región**

Por tener mayor reconocimiento los hoteles del eje cafetero se convierten en una amenaza para el Hotel Campestre el Danubio, pero como se ha mencionado con anterioridad de las estrategias que se planteen dependen que estas amenazas se conviertan en la posibilidad de ofrecer un mejor servicio a un menor precio otorgándole al hotel mayor reconocimiento, alcanzando así beneficios que reflejen el trabajo conjunto de sus directivos.

- **Efectos negativos de las temporadas bajas en el país y las temporadas de lluvia**

Existen alternativas que le proporcionan al Hotel Campestre el Danubio hacerle frente a esta amenaza que si bien si perjudica la estacionalidad en la afluencia de clientes, también concede la opción de plantear otro tipo de servicios que llamen la atención de la comunidad y así hacerle frente a este tipo de amenazas.

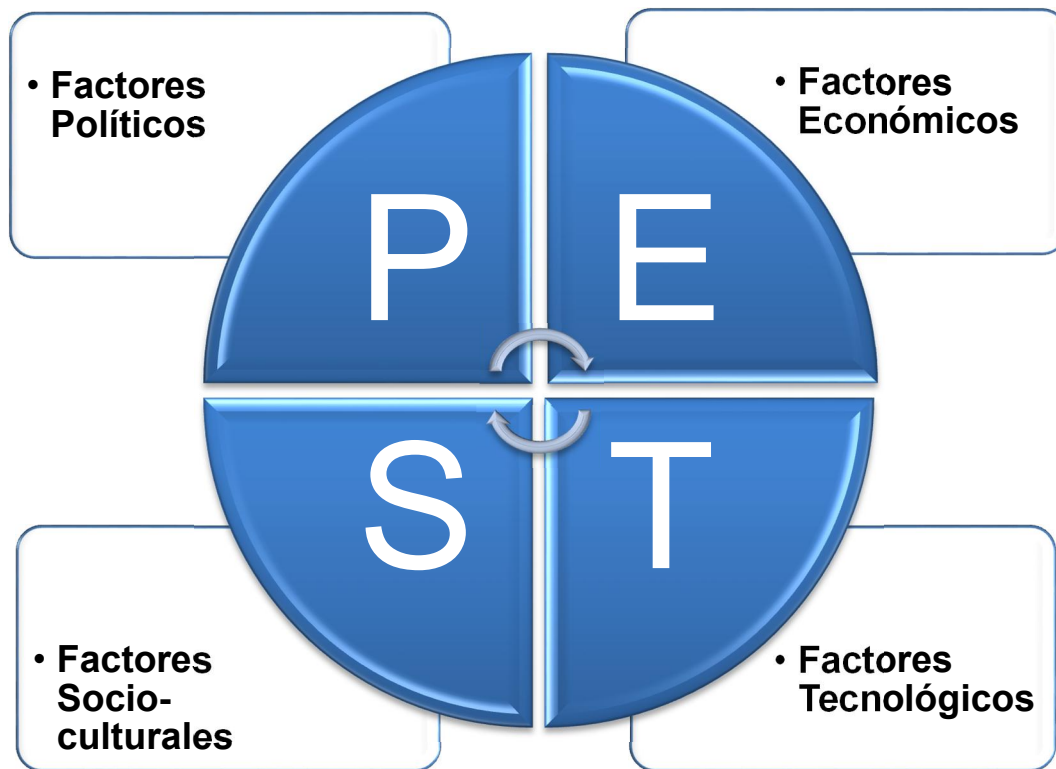
- **La crisis económica del país reduce el poder adquisitivo de los clientes y así los servicios hoteleros**

Para el turismo nacional que es el que se ve afectado por esta amenaza cobra relevancia la crisis económica, pero para el turismo extranjero que ve mejoras en sus monedas puede ser un enfoque en el que el hotel debe promover sus estrategias.

3.6 ANÁLISIS PEST

Analizar el entorno que rodea al Hotel Campestre el Danubio aporta una visión más amplia de los factores políticos, económicos, socio-culturales y tecnológicos que inciden en el buen funcionamiento de la organización, los cuales se deben tener en cuenta para planear de forma adecuada los cambios a los que haya lugar y así proyectarse a futuro.

Figura 2. Análisis PEST



Fuente: Elaboración propia

3.6.1 Factores políticos

Para Colombia la normatividad vigente en todo lo relacionado con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial está sustentada en la norma GTC 180 del ICONTEC; esta establece los parámetros que deben adoptar las empresas si desean ser empresas socialmente responsables. Aunque cabe resaltar que las organizaciones no están obligadas a incorporar el concepto, es decir, es voluntario y cada empresa es libre de tomar su decisión. Pero hay otras disposiciones y procesos regulatorios a los que debe hacer frente el sector para su legal funcionamiento y estos se relacionan con la legislación y políticas gubernamentales, como la ley del trabajo, la contratación, la manipulación de alimentos, entre otros, que intervienen en los establecimientos enfocados a este tipo de servicios.

El Hotel Campestre el Danubio en su proyección por convertirse en una de las mejores opciones en la región ha implementado procesos para estar al día con todo lo que exige la ley; para muestra de su interés se puede constatar que está

trabajando para lograr una certificación de calidad, mostrando de esta forma que a largo plazo si están interesados en implementar el concepto de RSE.

3.6.2 Factores económicos

El sector hotelero ha tenido un crecimiento positivo para el país, lo que ha conllevado a que este sector sea uno de los que más le aporta al PIB de Colombia. La firma del acuerdo de paz y la entrada de nuevas aerolíneas de bajo costo promueven la afluencia de turistas, datos suministrados por el espectador en su página económica dan a conocer que para el año 2017 el número de turistas que visitaron el país estuvo alrededor de los 6.5 millones de personas, es por esto que el gobierno pretende que el turismo se convierta en el segundo renglón de la economía.

Colombia creció un 28% el año 2017 en lo relacionado al turismo según datos de la revista dinero muy por encima del balance mundial que se posiciono en un 7%. "La ministra de comercio y turismo aseguró que otro factor que impulsó el turismo en Colombia fue la confianza en la infraestructura hotelera. Para lo cual el Gobierno Nacional ha invertido \$565.000 millones en 165 proyectos. "Desde que se creó el programa de incentivos para la infraestructura turística se logró llegar a la cifra récord que tenemos hoy", afirmó la jefe de la cartera de Comercio, Industria y Turismo".⁸⁷

De esta forma se espera que para este año 2018 el impulso obtenido por este sector siga creciendo.

Por esta razón el Hotel Campestre el Danubio ha desarrollado trabajos de inversión en sus instalaciones, renovando algunas de sus cabañas y con la proyección a futuro de que sean todas, las que cuenten con las mejoras que se desean llevar a cabo. Por otro lado, se han hecho inversiones en programas tecnológicos para agilizar los servicios, entre otros avances que lo que buscan es ser una alternativa para todas aquellas personas que buscan una experiencia única en la región.

⁸⁷ Colombia rompe record en llegada de turistas en 2017. [En línea]. 2018. [Citado 12-feb-2018] Disponible en internet: <http://www.dinero.com/pais/articulo/record-de-turistas-en-colombia-2017/255180>

3.6.3 Factores socio-culturales

El turista o huésped es el eje primordial de este tipo de negocios y es importante entender que para los turistas extranjeros cobra cada vez más relevancia que los sitios que visitan tengan en cuenta factores de protección medioambiental y en muchas ocasiones sus visitas dependen de este tipo de medidas implementadas por el sector.

La principal actividad de los clientes son las de ocio, sin dejar de lado aquellos clientes que visitan los hoteles por factores de trabajo; en esta medida el tener en cuenta que el incorporar la Responsabilidad Social Empresarial como eje de funcionamiento otorga al hotel no solo status si no que brinda la posibilidad de ser reconocido por sus buenas prácticas.

Colombia gracias a su diversidad es vista como un destino en el que toma relevancia la visión de diversos segmentos turísticos, ligados al deseo de adquirir conocimientos del entorno cultural, gastronómico, ecológico, religioso y abierto a nuevas posibilidades que permitan mostrar al turista la riqueza cultural con la que cuenta el país y específicamente la región en la que interactúa el hotel.

3.6.4 Factores tecnológicos

El incorporar nuevas tecnologías le permite a las organizaciones agilizar sus procesos; esto trae consigo grandes transformaciones en la gestión de las empresas que trabajan para mejorar y desarrollar nuevas herramientas, para lograr mayor eficiencia a la hora de brindar un servicio y una mejor experiencia para sus huéspedes. Es trascendental involucrar en este proceso a los grupos de interés internos y externos haciendo referencia a clientes que son los que de forma directa viven la experiencia y dan una imagen positiva de su vivencia, pero los colaboradores también juegan un papel de suma importancia pues son ellos quienes interactúan con las herramientas, dando un uso adecuado de las mismas teniendo en cuenta que estas facilitan sus responsabilidades dentro de la organización.

En este caso, si el Hotel Campestre el Danubio encamina sus esfuerzos para entender que estos cambios son más oportunidades que amenazas está en la capacidad de avanzar, logrando así ser más resolutivos y por ende ser mucho más eficientes en el desarrollo de sus actividades.

Los aspectos del entorno que se analizaron son favorables y contribuyen a lograr posicionar al Hotel Campestre el Danubio como una de las mejores opciones a la hora de ofrecer un buen servicio, la administración debe enfocar sus esfuerzos para

lograr el cumplimiento de este objetivo; así mismo se debe tener en cuenta que cada vez son más las personas y organizaciones que le apuestan a la sostenibilidad.

4. ANÁLISIS DEL SECTOR

Se realizó una observación del sector al cual pertenece la empresa con el fin de conocer su perfil competitivo mediante estudios comparativos con otras empresas similares.

4.1 ANÁLISIS DEL PERFIL COMPETITIVO BASADO EN LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Basados en las 5 fuerzas de Porter se realizó el Benchmarking al Hotel Campestre el Danubio, este proceso de comparación se llevó a cabo con empresas enfocadas en el mismo renglón económico, para así lograr observar la situación actual de la organización con respecto a las que se consideran su competencia directa en la región de influencia donde desempeña sus labores.

Figura 3. Cinco fuerzas de Porter



Fuente: Diagrama de las 5 fuerzas de Porter. [En línea]. [Citado 12-feb-2018] Disponible en internet: <http://www.5fuerzasdeporter.com>

Tabla 11. Análisis de perfil competitivo basado en las cinco fuerzas de Porter

HOTEL	HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO	HOTEL CASA BLANCA	HOTEL VILLA ZARAGOZA	HOTEL MISTER MOJARRA
VARIABLES				
NEGOCIACIÓN CON CLIENTES	Si se tiene poder de negociación y es alto, el hotel se enfrenta a un cliente con más posibilidades, lo que exige lograr su fidelización y permanencia.	El poder de negociación es limitado; existe poca competencia en el área de influencia, lo que permite una mayor fidelización por parte del cliente.	Si se tiene poder de negociación y es alto; pero el hotel hace frente a esto ofreciendo factores diferenciadores, los que llaman la atención de cliente.	Si se tiene poder de negociación y es alto, la mayor problemática se da por las debilidades presentadas en cuanto al servicio de hospedaje, lo que impide una mayor fidelización.
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	La rivalidad está dada en factores de servicios que ofrecen cada uno y en la medida en la que los clientes se sientan a gusto con los beneficios que reciba.	La rivalidad en el hotel es poca puesto que la competencia en esta zona no está muy marcada y su competencia es mínima.	La rivalidad se marca en cuanto tipo de servicios ofrecidos, en este caso para Villa Zaragoza su ventaja es contar con mayor reconocimiento.	Su limitación frente a sus competidores es el enfoque; puesto que su fuerte no es el de los servicios de hospedaje aunque cuente con él.
AMENAZA ANTE NUEVOS COMPETIDORES	La amenaza que se presenta es alta, debido al crecimiento del sector en la última década producto del potencial turístico de la zona.	La amenaza para el hotel es poca, teniendo en cuenta que el crecimiento hotelero para esta zona no es muy marcado.	Se enfrenta a la incursión de nuevos competidores, lo que ven como una opción de mejorar y lograr su permanencia en el mercado.	Teniendo en cuenta que su fuerte no es el hospedaje se evidencia la necesidad de implementar estrategias de mejora.

Continuación tabla 11. Análisis del perfil competitivo basado en las cinco fuerzas de Porter

HOTEL	HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO	HOTEL CASA BLANCA	HOTEL VILLA ZARAGOZA	HOTEL MISTER MOJARRA
VARIABLES				
PODER DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES	A pesar de los inconvenientes a los que se enfrenta cuenta con sus proveedores, con los que maneja una relación confiable.	Sus proveedores por la zona son limitados; por lo que el poder de negociación es alto, teniendo en cuenta que sus gastos se pueden incrementar.	Cuenta con proveedores definidos; puesto que por su amplia trayectoria han afianzado sus alianzas, lo que permite una mayor tranquilidad.	Maneja relaciones estrechas con sus proveedores gracias a que el centro turístico Mister Mojarra lleva muchos años en el mercado lo que contribuye en sus relaciones.
PRODUCTOS SUSTITUTOS	Su impacto genera la oportunidad de acondicionar mejor sus espacios para generar una oportunidad de crecimiento mercado mayor.	Los sustitutos como zonas de camping, apartamentos, entre otros; afectan al hotel pues la zona cuenta con zonas de camping que abaratan los servicios.	El hotel minimiza el impacto de los productos sustitutos ofreciendo zonas de camping para sus clientes, lo que diversifica su servicio.	Los sustitutos como zonas de camping, apartamentos, entre otros; afectan de forma negativa el servicio ofrecido, teniendo en cuenta sus restricciones.

Fuente: Elaboración propia

Para entender un poco la dinámica del sector se precisa afirmar que las condiciones bajo las cuales funcionan los hoteles a los cuales se les realizó el proceso de benchmarking son similares. Al utilizar como herramienta de estudio primordial la observación y entrevistas llevadas a cabo a cada una de las organizaciones, se pudo concluir que su principal diferenciación está dada por el precio, por el reconocimiento o por la cercanía a lugares de interés en la región en la que se encuentran ubicados.

4.1.1 Negociación con los clientes

Los clientes no están muy relacionados con el concepto de RSE, aunque actualmente en gran medida son muchas más personas interesadas en la protección del medio ambiente, se puede resaltar que en este ítem los clientes están más enfocados en la calidad y el precio del servicio que desean.

Sin dejar de un lado los factores que intervienen en la negociación y que determinan el actuar o finalidad del servicio, se afirma que estos están dados por las opciones que tenga el cliente a la hora de observar lo que le ofrecen y cuando se habla de opciones se hace referencia a la posibilidad que brinda el mercado de buscar diversos proveedores; lo que conlleva a la necesidad de satisfacer de forma independiente cada requisito del huésped para así lograr atraer nuevos posibles compradores y obtener su fidelización. Otro factor importante, está dado por la diferenciación existente entre las posibles opciones y esto está dirigido en estrategias que contribuyan en la prestación de un mejor servicio, enfocado a satisfacer las necesidades que ahora de forma específica requiere cada cliente.

Los productos sustitutos aquí juegan un papel importante y cabe resaltar que para el sector es de suma importancia tener en cuenta que de sus estrategias depende no perder clientes. En la región en la que se desarrolló la investigación como se ha mencionado con anterioridad, los clientes buscan un contacto más directo con la naturaleza y es por esto en lo que se resalta el Hotel Campestre el Danubio; pero para que este siga siendo un impulso que permita el desarrollo del sector en la región se hace indispensable buscar proteger los recursos que provee el entorno y de los que hacen uso estas organizaciones para así ampliar y ofrecer servicios de calidad.

4.1.2 Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre los competidores es sumamente alta y seguirá creciendo en la medida que entren más jugadores a participar de un mercado que está creciendo vertiginosamente. La rivalidad de la que se habla en gran medida depende de la capacidad que tiene el país y la región de ser vista como un destino turístico interesante para los viajeros.

La diferenciación posibilita la atracción de nuevos clientes y su fidelización depende de muchos elementos que sumados dan como resultado una gratificante experiencia.

El personal capacitado no es un componente ajeno a la rivalidad entre competidores y se puede asentar que la mayor dificultad a la que se enfrenta el sector en este sentido está estrechamente encadenada a la poca consideración que tiene el recurso humano, siendo este el mayor baluarte dentro de toda organización. Por ende afirmar la importancia de tener en cuenta los grupos de interés, en este caso los trabajadores hacen que toda empresa busque herramientas dentro de la RSE que le permita definir mejores estrategias.

Ninguno de los hoteles mencionados en esta investigación tiene como estrategia definida a corto plazo adoptar estrategias relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial, lo que quizás les permita ser vistos como organizaciones socialmente responsables, otorgando así una imagen positiva y logrando un mejor posicionamiento dentro de la competencia.

4.1.3 Amenaza ante nuevos competidores

La amenaza ante competidores nuevos es muy alta en el sector hotelero y se puede ver como en la última década grandes cadenas han incursionado en el turismo rural que es el principal enfoque en la región. Esto se debe también a los beneficios otorgados por el gobierno en cuestión de impuestos y a los beneficios que trae consigo los acuerdos de paz, lo que permite que el país sea visto como un gran destino turístico

Es de considerar que para cada una de las organizaciones antes mencionadas la incursión en el mercado de nuevos competidores trae consigo una disminución de su participación en el mercado, por tal motivo para el Hotel Campestre el Danubio en particular es imprescindible buscar herramientas para sobrellevar lo que acarrea la apertura de nuevos hoteles que entran a participar más tecnificados.

Para ello adoptar medidas que logren una diferenciación ante la competencia es la principal estrategia para permanecer; estas medidas deben estar enfocadas a los grupos de interés, puesto que son ellos los que articulan la organización.

4.1.4 Poder de negociación con proveedores

La elección de proveedores puede llegar a ser un agente de cambios sustanciales para las organizaciones y es que de esta negociación pueden surgir cambios positivos si se tienen en cuenta que en el sector hotelero los proveedores suministran alimentos, elementos de aseo, elementos de oficina, productos químicos, entre otros productos que son parte necesaria para poder funcionar de

forma adecuada. Estos tienen procesos de fabricación que pueden ser o no amigables con el medio ambiente y pueden impactar de forma negativa los recursos utilizados del entorno para el funcionamiento del hotel

Es por esto que al tener en cuenta el poder de negociación con los proveedores el Hotel Campestre el Danubio estaría promoviendo prácticas para la protección del entorno, el cual se puede ver afectado por su actuar.

4.1.5 Productos sustitutos

La relevancia de los productos sustitutos no deja de ser un factor a tener en cuenta y es que al igual que el sector hotelero este también ha crecido de forma significativa, logrando una mayor participación en el mercado y afectado de forma directa el servicio ofrecido por los hoteles. Cabe resaltar que el número de turistas nacionales y más internacionales ha crecido de forma sustancial, lo que prevé que el impacto negativo que pueda llegar a sufrir el sector sea mínimo. No obstante el buscar estrategias que le permitan al Hotel Campestre el Danubio anticiparse a esta problemática le permite fomentar su cadena de valor, de la misma manera afianzar su participación en el mercado.

4.2 PROCESO DE BENCHMARKING BASADO EN LOS GRUPOS DE INTERÉS

Con el propósito de dimensionar el estado actual en el que se encuentra el Hotel Campestre el Danubio frente a su competencia y teniendo en cuenta que este proceso de comparación se ejecuta con las organizaciones que de forma similar están legalmente constituidas; es decir, empresas que pertenecen al mismo sector y ofrecen el mismo tipo de servicios. Este análisis se realizó con el propósito de observar y examinar de forma veraz las limitaciones a las que se enfrenta el hotel en todo lo relacionado con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y sus grupos de interés, entendiendo que los denominados grupos de interés son los que están involucrados en el actuar de la organización y que se ven afectados por el desarrollo de sus actividades.

Figura 4. Grupos de interés del Hotel Campestre el Danubio



Fuente: Elaboración propia

Tabla 12. Proceso de benchmarking basado en los grupos de interés

HOTEL	HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO	HOTEL CASA BLANCA	HOTEL VILLA ZARAGOZA	HOTEL MISTER MOJARRA
VARIABLES				
CLIENTES	No realiza ninguna actividad en la que involucre a sus clientes como parte activa de la organización.	Gestiona algunas actividades en pro del bienestar de sus clientes, logrando su satisfacción.	Acondiciona espacios para el goce del huésped; ejemplo de ello es el cine al aire libre lo que permite interacción con ellos.	Cuenta con personal calificado y su principal enfoque es la atención al cliente.
EMPLEADOS	Tiene algunas limitaciones, lo que trae consigo la alta rotación de su personal.	Participan del proceso de gestión y se cuenta con ellos en la toma de decisiones.	Buscan herramientas para brindar a su RRHH la estabilidad dentro de la organización.	Desarrolla actividades de seguridad y salud en el trabajo y capacita a su personal.
PROVEEDOR	No se evalúa si gestionan parámetros ambientales en sus procesos.	No ejercen ningún tipo de control con sus proveedores, no valoran el proceder de sus productos.	Para el hotel las prácticas en RSE para la elección de sus proveedores son determinantes.	No tienen en cuenta la protección medio ambiental por parte de sus proveedores.
COMUNIDAD	No tiene en cuenta a la comunidad, ni ejerce ningún tipo de retribución que le brinde bienestar.	Involucra a su comunidad y se preocupa por su bienestar, por ello tienen descuentos en los servicios que se ofrecen.	No hay relación entre el hotel y su comunidad, ni se evalúa el impacto de sus actividades.	No existe ningún tipo de interacción con la comunidad, lo que limita el desarrollo de la misma.

Continuación tabla 12. Proceso de benchmarking basado en los grupos de interés

HOTEL	HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO	HOTEL CASA BLANCA	HOTEL VILLA ZARAGOZA	HOTEL MISTER MOJARRA
VARIABLES				
MEDIO AMBIENTE	Toman medidas que facilitan la custodia de sus recursos. Reciclan y propician el uso óptimo del agua y la energía.	Se preocupan por involucrar al huésped en las medidas de protección y custodia de los recursos que usan.	Manejan programas de reciclaje y uso racional de agua y energía.	Instalaciones adecuadas con botes de basura para clasificación de residuos, así mismo el uso óptimo de agua y energía.

Fuente: Elaboración propia

4.2.1 Clientes

La razón de ser de estas organizaciones son los clientes y teniendo en cuenta que dentro de este proceso existen ciertos factores que son primordiales a la hora de lograr la satisfacción de quienes utilizan este tipo de servicios. Con base en esto los factores se relacionan con la calidad, la buena comunicación que exista con los clientes, la seguridad en los productos o servicios y las políticas de reclamos que manejan.

El vincular al cliente con la organización de una forma socialmente responsable es una estrategia con la que el hotel puede lograr la fidelización de los clientes, el implementar actividades de recreación con actividad física y el preocuparse por los alimentos que se consumen dentro de las instalaciones es un enfoque en el que tanto clientes como organización están propiciando espacios para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial.

4.2.2 Empleados

El Hotel Campestre el Danubio se encuentra en una gran desventaja sobre las organizaciones con las que se efectúa dicha comparación, una de sus mayores problemáticas y a las que se le hace frente son a las administraciones con las que ha contado el Hotel, las cuales no han hecho mucho por afianzar y dar el reconocimiento necesario a la organización. Esto se ve reflejado en la alta rotación de personal, lo que genera inestabilidad y limita el desarrollo profesional por parte de su recurso humano, aunque se precisa mencionar que la actual administración en cabeza de su gerente plantea estrategias para minimizar esta problemática.

Las demás organizaciones aunque no en la misma medida si adoptan estrategias que les permiten conservar su recurso humano como principal factor diferenciador. En este caso, brindan capacitaciones en seguridad y salud en el trabajo, en atención al cliente, entre otras; que lo único que pretenden es dar las herramientas necesarias a los colaboradores para su crecimiento personal y profesional.

4.2.3 Proveedores

Dentro del proceso de adquisición de productos y servicios por parte de cada una de las organizaciones evaluadas, se concluyó que no priorizan dentro de sus negociaciones con los proveedores la Responsabilidad Social Empresarial como parte fundamental de su relación comercial. Para lograr promover esfuerzos es importante tener en cuenta la forma de producción y los insumos utilizados en este caso.

Con la voluntad de lograr relaciones duraderas basadas en el principio de oportunidad, igualdad y transparencia es de suma importancia evaluar a los proveedores; teniendo como referencia primordial las buenas prácticas medioambientales y la forma en que contribuyen al cambio climático, es decir, que sean organizaciones socialmente responsables y que su actuar este bajo la regulación de parámetros éticos y morales.

4.2.4 Comunidad

Son muy pocas las organizaciones que de alguna forma le retribuyen a su comunidad el impacto negativo que le pueda causar su actuar; en este proceso de investigación se observa que la única organización que implementa estrategias en

pro del bienestar de su comunidad es el hotel Casablanca ubicado en la Unión, Valle del Cauca, dentro de sus políticas está la de manejar un precio diferencial a la del resto de sus clientes, todo esto con el ánimo de facilitar los espacios del hotel para el goce y deleite de su comunidad.

Para el Hotel Campestre el Danubio es importante manejar una estrecha relación con su comunidad, es por ello que se requiere del esfuerzo por parte de la administración para implantar tácticas que propicien un ambiente en el que ambos se vean beneficiados.

4.2.5 Medio ambiente

La evaluación en este ítem da como resultado que todas las organizaciones impulsan estrategias para la protección de su entorno medioambiental; aunque el planteamiento se enfoca primordialmente en todo lo que se refiere a desechos y su clasificación, también están encaminados a buscar herramientas que les permitan minimizar el impacto negativo por el uso irracional del agua y de la luz eléctrica, adoptando estrategias como la de capacitar a sus empleados y en algunos casos clientes para evitar desperdicios y así contribuir con el medio.

El Hotel Campestre el Danubio frente a su competencia no presenta ninguna desventaja, puesto que de forma positiva busca instrumentos y estrategias encaminadas a fortalecer sus estrategias para la preservación del medio ambiente.

En este proceso han cambiado sus luminarias por focos ahorradores de energía; a sus huéspedes les involucran en este proceso manifestándoles sobre el uso de toallas para así evitar el cambio de las mismas, esto se hace solo si los clientes están de acuerdo en participar del cuidado de los recursos naturales, entre otras acciones que propician el desarrollo de estrategias para lograr impactos positivos en este ámbito.

5. FORMULACIÓN DE LA PROPUESTA DEL SISTEMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Formulación de una propuesta de un sistema de Responsabilidad Social Empresarial para el Hotel Campestre el Danubio.

El Hotel Campestre el Danubio no cuenta con un sistema de Responsabilidad Social Empresarial, por eso el objetivo de la asesoría fue brindar una propuesta sobre este sistema que permitiera grandes beneficios para el hotel con su implementación. Se inició con un diagnóstico de la situación en la que se encontraba el hotel frente a los elementos que intervienen en la Responsabilidad Social Empresarial, de esta forma se determinó en qué nivel se encontraba el hotel y así se procedió a la construcción de unas estrategias que llevaran a la mejora.

El modelo de análisis para el sistema de Responsabilidad Social Empresarial que se utilizó como herramienta para llevar a cabo el diagnóstico fue obtenida de la página web de gestión humana, los cuales usaron como base la ISO 26000 para llevar a cabo la realización de dicha herramienta; la cual se aplicó en el hotel campestre el Danubio; con el objetivo de obtener un diagnóstico en materia de RSE, donde se conocieron las diferentes prácticas que desarrollaba con sus grupos de interés. Este diagnóstico arrojó unos puntos fuertes y débiles que se debían potenciar y contrarrestar respectivamente, para la ejecución del plan de acción, así mismo la consecución del sistema de RSE.

Tabla 13. Matriz de autodiagnóstico sobre Responsabilidad Social Empresarial

Como se mencionó anteriormente esta matriz fue creada por la comunidad de especialistas en temas relacionados con gestión humana, entre ellos la Responsabilidad Social Empresarial, dicha herramienta se obtuvo de su página web. Además esta matriz está soportada en la ISO 26000, de esta norma se obtuvo los principales ítems que comprenden la RSE, con esta herramienta se buscó obtener una valoración de la situación inicial del Hotel Campestre el Danubio frente a los aspectos relacionados con la RSE.

Modelo de análisis de un programa de RSE

**Guías y
mode-
los**

**Autodiag-
nóstico
Objeti-
vos**



- Elaborar un breve informe de resultados donde se identifique los puntos débiles y los puntos fuertes de la empresa en materia de RSE.
- Hacer reflexionar a la gerencia y a los responsables de área sobre ciertos puntos clave de la gestión en RSE.
- Identificar la capacidad actual de la empresa en materia de información e indicadores de seguimiento y control.

*Cada pregunta dispone de cuatro posibles opciones de respuesta: **Nunca:** No se aplica, **Poco:** Se aplica de forma esporádica, **Bastante:** Se planifica y aplica de forma sistemática y periódica, **Siempre:** Se planifica, aplica, revisa y mejora de forma sistemática, basta con marcar la casilla que en mayor medida se adapte a la realidad que vive la empresa en la actualidad. Además existe otra casilla para aquellos casos en los que la pregunta no se ajuste a las particularidades de la empresa: **NO PROCEDE**.*

A.	RECURSOS HUMANOS, CONCILIACIÓN, IGUALDAD	N	P	B	S	NP
1	Las mujeres están presentes en puestos de responsabilidad de la empresa.				x	
2	La empresa promueve acciones que favorezcan el equilibrio entre la vida personal y laboral del personal empleado, por ejemplo, la flexibilidad en el horario, ayudas económicas para guardería y educación, días adicionales a los que marca la ley por matrimonio, fallecimiento de un familiar...).				x	
3	Las mujeres están presentes en cada uno de los departamentos de la empresa.				x	
4	La empresa reserva un porcentaje de puestos de trabajo para personas discapacitadas (en el caso de empresas de más de 50 trabajadores, por encima del 2% que obliga la Ley).	x				
5	El porcentaje de personal empleado con contrato fijo está por encima del personal con contrato eventual.			x		
6	La empresa realiza acciones de sensibilización y prevención para evitar la posibilidad de que se generen situaciones de abusos verbales, amenazas, o acoso sexual.				x	
7	La empresa ofrece al personal empleado días adicionales a los que marca la ley en cuestiones personales, como matrimonio, fallecimiento de un familiar...				x	
8	Existe en la empresa un código de conducta para el personal empleado.				x	

Continuación tabla 13. Matriz de autodiagnóstico sobre Responsabilidad Social Empresarial

A.	RECURSOS HUMANOS, CONCILIACIÓN, IGUALDAD	N	P	B	S	NP
9	Existen una serie de criterios objetivos para la promoción profesional del personal empleado: formación, méritos, titulación académica, historial profesional...		x			
10	Existe algún tipo de análisis para conocer las diferencias salariales entre hombres y mujeres.	x				

B.	ADAPTACIÓN AL CAMBIO	N	P	B	S	NP
11	Existe una política de reciclaje que permite al personal empleado estar formado en nuevas técnicas que tengan que ver con su puesto de trabajo.				x	
12	La empresa invierte en I+D+I	x				
13	La empresa ofrece información transparente sobre el desempeño de sus productos o servicios en temas ambientales, sociales y económicos.				x	
14	La empresa está al día en la incorporación de TICs				x	

C.	PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y AMBIENTALES	N	P	B	S	NP
15	La empresa se preocupa por mejorar las condiciones de seguridad e higiene del lugar de trabajo por encima de lo que establece la Ley.				x	
16	La empresa hace un balance exhaustivo de los problemas relacionados con los riesgos laborales, realiza estudios y ofrece soluciones rápidas.				x	
17	La empresa hace esfuerzos por encima de lo que marca la Ley en la reducción del impacto medioambiental que provoca su actividad (ahorro de energía, reducción y reciclaje de residuos, vertidos...)			x		
18	La empresa cuenta con un plan de sostenibilidad de sus productos y servicios (que permite reducir costes) y ofrece información sobre sus condiciones productivas basadas en el respeto al medio ambiente.			x		
19	La empresa mantiene una comunicación directa con el personal empleado para detectar posibles peligros derivados de su trabajo.				x	
20	Antes de establecer relación con un proveedor o subcontrata, valora su situación de respeto al medio ambiente y su cumplimiento con la legislación vigente.	x				

D.	VINCULACIÓN CON EL ENTORNO LOCAL E INTERNACIONAL	N	P	B	S	NP
21	La empresa colabora con empresas de inserción laboral de colectivos desfavorecidos fomentando la incorporación de los mismos (ofreciendo formación, reservando puestos de trabajo...)				x	
22	La empresa destina excedentes de capital a inversiones socialmente responsables .	x				
23	La empresa brinda apoyo económico a proyectos y actividades de la comunidad, como obras benéficas, patrocinios, participación en actividades públicas de interés social...	x				

Continuación tabla 13. Matriz de autodiagnóstico sobre Responsabilidad Social Empresarial

D.	VINCULACIÓN CON EL ENTORNO LOCAL E INTERNACIONAL	N	P	B	S	NP
24	La empresa se compromete a minimizar el impacto negativo que pueda causar sobre la comunidad local, como ruido, vertidos, emisiones...				x	
25	La empresa se nutre principalmente de proveedores locales.				x	
26	La empresa apoya proyectos de cooperación y desarrollo internacional (ejecutándolos, ofreciendo apoyo económico...)	x				

E.	SOCIOS COMERCIALES, PROVEEDORES Y CONSUMIDORES	N	P	B	S	NP
27	A la hora de contratar a otra empresa, se tiene en cuenta si la misma fomenta la Igualdad de Oportunidades.	x				
28	La empresa hace partícipe a sus clientes, socios empresariales, proveedores y otras partes interesadas de los valores y principios por los que se rige.		x			
29	Los clientes reciben el producto o servicio que ofrece la empresa con la información necesaria sobre sus características y componentes.				x	
30	La empresa cuenta con un código de conducta .				x	
31	La opinión de los clientes es tenida en cuenta a través de estudios para diseñar y mejorar nuevos productos/servicios.				x	
32	A la hora de seleccionar entidades financieras con las que trabajar, se asegura de que estas estén guiadas conforme a criterios éticos.	x				
33	Antes de entablar una relación con proveedores, subcontratistas..., la empresa se preocupa por conocer la situación legal y ética de los mismos, rechazando a aquellos que no cumplan con el Comercio Justo.		x			

F.	INTEGRACIÓN DE LA RSE EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL	N	P	B	S	NP
34	La empresa conoce el significado y alcance de la RSE.				x	
35	La empresa ha definido su visión, valores y misión, encaminados a la RSE.				x	

RESULTADOS

* Con información de: <http://www.rse.org/>

Autodiagnóstico

RESULTADO	69,00	Puntos
------------------	-------	---------------

RESULTADO B (De 55 a 81 puntos)

La apuesta de su empresa por la adopción de un nuevo modelo de gestión empresarial basado en criterios de Responsabilidad Social Empresarial es firme. En base a las respuestas obtenidas, definitivamente su empresa refleja una estrategia eficaz de Responsabilidad Social, únicamente recomendarle la evaluación del mismo, para detectar las áreas o aspectos que no están presentando un alto grado de eficacia, o incluso, ámbitos en lo que todavía no se ha implantado ninguna medida, y que forman parte también de la Responsabilidad Social Empresarial, y que convertirían a su empresa en un referente de este temática dentro de su actividad.

Fuente: Modelo de análisis para la implementación de un programa de RSE. [En línea]. [Citado 18-jul-2017]. Disponible en internet: http://www.gestionhumana.com/gh4/IdentificaEmpresa.asp?Siga=/gh4/BancoConocimiento/M/modelo_de_rse/modelo_de_rse.asp

5.1 AUTODIAGNÓSTICO SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO

El Hotel Campestre el Danubio se encuentra en la categoría B, según los resultados obtenidos en el autodiagnóstico del modelo de análisis para realizar una propuesta de un sistema de Responsabilidad Social Empresarial; con 69 puntos de un total de 108 los resultados arrojaron que en el hotel se pretende implementar el sistema de Responsabilidad Social Empresarial y van por buen camino con las diferentes actividades que llevan a cabo, no obstante deben encaminar las estrategias de modo que estas sean efectivas y permitan desarrollar un modelo basado en criterios de RSE firmes en cada uno de los ámbitos en los cuales se integran a los grupos de interés; por lo que se deben crear estrategias que involucren a cada uno de estos dentro de las prácticas empresariales del hotel.

En cuanto al personal del Hotel Campestre el Danubio se han efectuado acciones en las cuales se tienen en cuenta sus opiniones e ideas, hay flexibilidad en los tiempos cuando estos requieren permisos, se promueve la igualdad entre hombres y mujeres sin distinción alguna por puestos de trabajo o salarios, se hacen actividades de sensibilización para que los empleados no permitan abusos de ningún tipo en su contra; sin embargo no hay estabilidad laboral para algunos de los empleados, ya que no todos cuentan con contratos de trabajo fijos, este factor puede ser generador de intranquilidad para estos; además no hay promoción

profesional dentro del hotel donde los directivos fomenten el desarrollo de sus empleados.

Se presentan cambios que tienen como objetivo la mejora, por tal razón se ha implementado acciones que llevan a una política de reciclaje, otros cambios que se presentan son la implementación de las TIC'S en el día a día del hotel; aunque este es un aspecto positivo no se ha desarrollado de forma completa, puesto que aún no hay inversión en investigación y desarrollo, lo que puede traer beneficios para el hotel si se implementa esta tarea.

En cuanto al tema relacionado con la seguridad y salud en el trabajo se desarrollan estudios para determinar los posibles riesgos laborales a los cuales están expuestos los empleados, además de tener buena comunicación con ellos para identificar los peligros en cada uno de los puestos de trabajo, con el fin de brindar unas condiciones de seguridad adecuadas.

La reducción del impacto ambiental es uno de los objetivos que se plantea en las actividades del hotel por medio del ahorro y el reciclaje, así mismo se busca la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente; con el propósito de no generar daños en el entorno. Si bien aún falta establecer métodos de evaluación a los proveedores para determinar el impacto que generan y conocer el origen de los productos que adquieren.

Haciendo referencia al entorno local se da apoyo a los grupos desfavorecidos brindando oportunidades laborales, así mismo se favorecen a los proveedores locales en la compra de productos; pero en el momento de establecer relaciones comerciales con otras empresas no se tiene en cuenta los criterios éticos en los cuales soportan sus actividades, por lo que se debe tener conocimiento de la situación legal de estas.

No existe suficiente apoyo a la comunidad, ya que no se realizan inversiones y actividades pensadas en el bienestar de la sociedad donde se implementen prácticas responsables; por eso se deben llevar a cabo acciones pensadas en la comunidad que minimicen el impacto negativo que se pueda generar.

En el hotel se tiene en cuenta la opinión de los clientes, se les suministra la información que ellos requieran sobre los servicios que presta el hotel y a los cuales pueden acceder para evitar inconvenientes por posibles mal entendidos.

Teniendo en cuenta las falencias que se presentaban y que fueron arrojadas por el autodiagnóstico realizado al Hotel Campestre el Danubio se generaron estrategias que permitieran integrar a las partes interesadas a la propuesta del sistema de Responsabilidad Social Empresarial, para la cual se desarrolló un plan de trabajo que permitiera cumplir con dichas estrategias. A continuación se hace una descripción de dichas estrategias.

5.1.1 Generar acciones de mejora en materia laboral y de recursos humanos, con el propósito de demostrar el compromiso de la empresa con los trabajadores

Se debe establecer como propósito la satisfacción de las necesidades y expectativas de las personas que trabajan en el hotel con el fin de generar mayor compromiso y sentido de pertenencia con la empresa; así mismo se mejora el clima laboral, lo que se refleja en el aumento de la productividad.

5.1.1.1 Impartir formación a empleados en materia de RSC y promover una cultura socialmente responsable

Las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial permiten que los empleados tengan, mayor conocimiento y manejo del concepto para la implementación del mismo en el hotel; también permite un desarrollo sostenible con los recursos de la empresa. Los empleados con una buena formación en el tema pueden participar en diferentes proyectos relacionados con la RSE. Con la ayuda de capacitaciones permanentes se contribuye a la educación de los empleados sobre RSE, esta formación permite ofrecer un servicio de mejor calidad basado en prácticas responsables.

5.1.1.2 Mejorar la motivación del personal

Un personal motivado realiza sus labores de forma adecuada y se compromete a lograr el cumplimiento de los objetivos organizacionales; por esta razón se debe incitar a los empleados a desempeñar de forma correcta sus labores, esto se logra a través de un buen trato, la valoración de las necesidades personales de los empleados como lo es el interés por sus familias y los problemas personales en los cuales pueda colaborar la empresa, tener una comunicación asertiva y un buen trabajo en equipo, evitar la rotación del personal y ofrecer estabilidad laboral con las condiciones justas en los puestos de trabajo donde se cumplan con las prestaciones de ley. Permitir la participación y tener en cuenta las ideas y sugerencias del personal quienes conocen bien el funcionamiento del hotel, por lo que se debe premiar la colaboración y participación constante de los empleados. Otro factor importante es apoyar la formación de los empleados en diferentes cursos donde se capaciten en las funciones y tareas de sus puestos de trabajo.

De esta forma se demuestra al trabajador el valor que tiene dentro de la empresa y la importancia que tiene para lograr el éxito, en un ambiente de trabajo ético y con condiciones favorables para el recurso humano facilitando el desarrollo personal y profesional de los empleados.

5.1.1.3 Asegurar el cumplimiento de la legislación en materia de prevención de riesgos laborales

Es deber de la empresa velar por la seguridad y salud de sus empleados en el desempeño de sus labores; por lo que se deben formar con programas de prevención de riesgos, como cursos en primeros auxilios y trabajo en alturas, así mismo se debe implementar el uso de elementos de protección personal que mejoren y faciliten las diferentes labores, también realizar campañas informativas y revisiones periódicas para conocer el estado de salud de los trabajadores.

Mejorar la gestión de riesgos de salud y seguridad laboral, permite ofrecer un ambiente de trabajo seguro para las personas que laboran en la empresa.

5.1.2 Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, con el fin de integrarles en la empresa y obtener su máximo compromiso con las políticas establecidas en la misma

El foco principal de las empresas son los clientes, a quienes se dirigen los productos y servicios; por eso el hotel se debe orientar hacia sus clientes, adaptando los servicios a las necesidades y expectativas de estos, de esta forma se logra su satisfacción y obtener su fidelización. La medición de la satisfacción de los clientes se debe realizar constantemente para implementar acciones preventivas y correctivas.

5.1.2.1 Conocer las necesidades y las opiniones de los clientes

El buzón de sugerencias es una herramienta que permite la inclusión de los clientes en las actividades del hotel; las encuestas de satisfacción también permiten obtener información con aspectos relacionados con el servicio como lo es la calidad, la atención, el precio, entre otros; estos datos se deben retroalimentar con todo el equipo de trabajo para ser aplicadas en acciones de mejoras.

5.1.2.2 Mejorar el proceso de atención a clientes, así como los productos y servicios ofrecidos

Uno de los objetivos organizacionales del hotel es brindar un servicio de excelente calidad y llevar a cabo actividades pensadas en los clientes como tours por la ciudad y lugares aledaños a visitantes extranjeros y de otras ciudades del país, actividades lúdicas y recreativas para visitantes locales, este es un factor de agrado para los clientes; lo que se refleja en su satisfacción y a su vez en el aumento de ingresos, así mismo promueve una buena imagen del hotel, con estas actividades se evidencia el compromiso con superar las expectativas de los clientes. Estas

medidas se hacen con el fin de alcanzar el bienestar de los clientes e involucrarlos en las prácticas de turismo socialmente responsable.

5.1.2.3 Establecer medidas preventivas para la seguridad de los clientes

Para evitar posibles accidentes dentro de las instalaciones del hotel se debe ofrecer un ambiente seguro e higiénico para los clientes, este es un factor determinante para los clientes a la hora de hacer su elección de un hotel para su descanso y esparcimiento. Además se debe informar constantemente a los clientes de las medidas de seguridad implementadas en el hotel y las cuales deben tener presentes para su cuidado y seguridad.

5.1.3 Minimizar el impacto medioambiental derivado de las actividades del hotel, por medio de acciones que faciliten una gestión más sostenible con el medio ambiente

Un programa medioambiental es una herramienta que permite la inclusión de los empleados en la gestión de los impactos ambientales negativos que generan las actividades, productos y servicios del hotel; este programa tiene con finalidad evitar o reducir estos efectos negativos con la ayuda de acciones pensadas en la conservación y el cuidado del medio ambiente y de los recursos naturales. La disminución de los problemas ambientales generan una imagen positiva del hotel donde se involucran clientes y colaboradores en las actividades.

5.1.3.1 Ofrecer programas de sensibilización medioambiental a empleados y clientes

Se debe involucrar a los empleados en las diferentes actividades que se lleven a cabo en pro del medio, tales como campañas ambientales se aseo y limpieza de parques, siembra de árboles; así mismo desarrollar jornadas de sensibilización a los trabajadores, transmitiendo información sobre buenas prácticas ambientales con la ayuda de talleres de educación ambiental. Los clientes también deben estar involucrados en estas acciones, por eso se les debe dar a conocer las políticas de ahorro y reciclaje que maneja el hotel, dar instructivos para separar la basura en las diferentes papeleras, cerrar grifos cuando no los usen, cuidado y protección de la fauna y la flora.

Promocionar proyectos y acciones que tengan como objetivo la conservación ambiental, estas actividades se pueden realizar con la colaboración de diversas empresas de la región.

5.1.3.2 Fomentar medidas de ahorro de consumo de energía y agua

Estas medidas tienen como propósito disminuir el consumo de agua, estas no solo ayudan a reducir costos también ayudan a proteger el recurso hídrico; acumular agua de lluvia para el riego de plantas y aseo de las instalaciones, evitar desperdicios de este líquido cerrando grifos cuando no estén en uso.

Otra medida es el ahorro de energía, utilizando energías renovables que mitiguen la contaminación, evitando emisiones de dióxido de carbono y el calentamiento global; apagar luces, ventiladores, aires acondicionados, televisores cuando no se necesiten. Modernizar el sistema de iluminación por lámparas y bombillas de bajo consumo y LED.

Sustituir electrodomésticos antiguos por unos de mayor rendimiento energético, así mismo comprar productos de limpieza biodegradables.

5.1.3.3 Impulsar estrategias de reducción, reutilización, recuperación y reciclaje

Realizar actividades que tengan como fin la adecuada gestión de los desechos y residuos sólidos para evitar contaminación ambiental, malos olores y propagación de enfermedades. Así mismo aprovechar algunos residuos para el abono orgánico, fomentar el uso del papel reciclado y evitar imprimir documentos que no sean necesarios haciendo uso de la comunicación por medio de correo electrónico. Crear un “punto limpio” donde se recogen residuos en contenedores especiales para cada tipo de residuos.

Educar a los huéspedes impartiendo políticas de reducción, reciclaje y reutilización, con la intención de que sean consumidores responsables, donde contribuyan en los procesos de gestión de los residuos, la limpieza de las instalaciones del hotel y el cuidado del medio ambiente.

5.1.4 Promover el crecimiento y el bienestar de la comunidad local, con el objetivo de facilitar la integración social y el progreso de las personas desfavorecidas de la sociedad

Se debe reconocer el impacto que se genera en la sociedad, por esta razón es fundamental lograr que este sea un impacto positivo, así mismo evitar daños y perjuicios para la comunidad; por lo que se debe trabajar en proyectos sociales que permitan asistir a las personas que habitan en el entorno local, procurando que se produzca un impacto positivo donde se deje una huella por las buenas actividades que se lleven a cabo pensadas en la comunidad.

5.1.4.1 Contribuir a la mejora de la comunidad en la que opera el hotel, colaborando en la resolución de cuestiones sociales y aportando los recursos disponibles

Realizar buenas prácticas con el entorno local, para eso se deben identificar organizaciones locales no lucrativas como ONG'S o fundaciones para llevar a cabo acciones voluntarias y colaborar en el desarrollo de sus proyectos, igualmente animar a los empleados a participar en este tipo de actividades e involucrarlos con la comunidad.

Otras prácticas implican el compromiso y la cooperación con comedores, parroquias y zonas marginadas de la ciudad, suministrando alimentos y otras necesidades básicas. Efectuar donaciones y patrocinios a escuelas que ayuden a niños y jóvenes, donde se brinde apoyo al deporte y la cultura de la ciudad, amparo a albergues del adulto mayor. Estos proyectos sociales se pueden lograr por medio de la organización de actividades donde se recauden fondos para su financiación.

5.1.4.2 Impartir formación a la comunidad sobre consumo responsable

Desarrollar programas donde se lleve a cabo la sensibilización y formación de las personas de la comunidad local sobre buenas prácticas medioambientales que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida y la preservación de los recursos naturales, así mismo se debe promover una cultura socialmente responsable.

5.1.4.3 Impulsar del desarrollo local como garantía de una comunidad más próspera y segura

Este desarrollo local se puede lograr contribuyendo en el crecimiento de las empresas y los proveedores locales por medio de la compra de productos o la tercerización de servicios; así mismo otorgar oportunidades de empleo a personas de las comunidades vecinas que les permita llevar una mejor calidad de vida.

5.1.5 Establecer relaciones fuertes y duraderas con los proveedores y organizaciones que suministren los productos e insumos para el hotel, teniendo en cuenta como parámetro principal los altos estándares de calidad requeridos

Para mantener relaciones con los proveedores se requiere una buena comunicación con estos, que permita el manejo de la información de forma adecuada; lo que reduce los errores, además se tienen claros los requerimientos de cada una de las partes, algunos de estos son la calidad de los productos, los tiempos de entrega, el cumplimiento en el pago, entre otros.

5.1.5.1 Mejorar el proceso de compras y los vínculos con los proveedores, con el fin de involucrarlos con la empresa, así mismo con sus políticas y procesos

Para lograr vínculos fuertes con los proveedores se debe manejar una comunicación con buen flujo de información, donde se cumplan los parámetros exigidos por las partes, además el hotel se debe interesar por conocer el grado de satisfacción que tienen los proveedores con la empresa, así mismo debe atender las necesidades planteadas en el proceso de negociación; para que dicha negociación sea equilibrada y se generen relaciones gana - gana.

5.1.5.2 Inducir a los proveedores en el manejo de insumos y materias primas que ayuden en la protección del medio ambiente

El hotel debe tener en cuenta en el momento de realizar la compra de productos, insumos y materias primas los procesos que traen desde su origen, es decir, que no impacten de forma negativa en el medio ambiente. Por esta razón se debe controlar la cadena de suministro, esto se logra exigiendo a los proveedores el cumplimiento de criterios medioambientales en sus productos.

Se debe realizar un diagnóstico de los proveedores antes de establecer relaciones comerciales, con el propósito de manejar criterios responsables en las compras que haga el hotel; igualmente se debe exigir la evaluación permanente de las materias primas para tener conocimiento de los estándares de calidad y la procedencia de los productos que se compran.

5.1.5.3 Contribuir con el desarrollo local, por medio de la consolidación de las relaciones con los proveedores de la región y así impulsar el crecimiento de los pequeños empresarios

Preferir proveedores locales trae diversos beneficios para el hotel, tales como la ejecución de las prácticas responsables con sus grupos de interés, se fortalece el compromiso con la ciudad en la que opera la empresa y los sectores aledaños, generar progreso para el comercio y el mercado local, mayor control sobre los proveedores, la disminución de los costos en el transporte de productos e insumos, entre otros. El hotel debe evaluar las diferentes alternativas en cuanto a proveedores y elegir a aquellos que cumplan con sus requisitos, teniendo mayor orientación por aquellos locales.

Dando seguimiento a la propuesta del sistema de Responsabilidad Social Empresarial para el Hotel Campestre el Danubio, se sugieren nuevos planteamientos para la identidad empresarial, tales como:

Misión: Satisfacer las necesidades de los huéspedes brindando un servicio de excelente calidad basado en criterios socialmente responsables, además de proporcionar bienestar a todas las partes interesadas a través de prácticas apropiadas fundamentadas en valores éticos, sociales y medioambientales.

Visión: Ser vistos como uno de los hoteles con mayor reconocimiento a nivel regional para el año 2022, basados en la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial como eje central de desarrollo sostenible para los grupos de interés, consolidando servicios de calidad para los huéspedes.

Valores: Estos son los elementos que hacen parte de la cultura empresarial y dirigen su actuar, estos son:

- **Excelencia:** Generar un servicio basado en la excelencia con altos estándares de calidad que permita satisfacer las expectativas de los clientes.
- **Respeto:** Propiciar un trato adecuado y cortes a todos los huéspedes, los colaboradores, los proveedores y la comunidad, estableciendo relaciones armoniosas.
- **Responsabilidad social:** Efectuar prácticas responsables de modo que se logre el crecimiento económico, social y ambiental.
- **Trabajo en equipo:** Lograr resultados efectivos por medio del compromiso entre los colaboradores siendo productivos y participativos.
- **Innovación y mejora continua:** Implementar mejoras en los procesos lo que permite estar a la vanguardia en lo relacionado con el sector hotelero y sus avances en el mercado.

5.2 ENTREVISTAS REALIZADAS A LA COMUNIDAD DE CRUCES

En la siguiente matriz se hizo una recopilación de los datos obtenidos en las 21 entrevistas realizadas a la comunidad de Cruces el día 06 de octubre del 2017, las cuales fueron hechas con el propósito de conocer la percepción que tienen los habitantes del sector sobre el Hotel Campestre el Danubio, así mismo se recolectó información del impacto que tiene el hotel y sus actividades en la comunidad de Cruces y en sus habitantes. Estos datos permitieron proveer información al plan de acción, el cual se debe ejecutar para lograr la implementación del sistema de RSE.

Tabla 14. Matriz de análisis de las entrevistas realizadas a la comunidad de Cruces

Entrevistado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	
Preguntas y respuestas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1
Pregunta 1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?																					
Responsabilidad con la sociedad y la comunidad	x																				
Responsabilidad de una empresa con la comunidad y el medio ambiente						x															
Responsabilidad de una empresa								x													
Responsabilidad de los empleados con el medio ambiente													x								
El concepto que explicaron los estudiantes									x									x		x	
No tiene conocimiento del concepto		x	x	x	x		x			x	x	x		x	x	x	x		x	x	
Pregunta 2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?																					
Comunidad		x	x	x	x	x	x				x	x						x	x		
Empleados								x	x	x											
Clientes	x													x						x	
Medio ambiente													x		x	x	x			x	
Pregunta 3. ¿Qué prácticas debería realizar el hotel campestre el Danubio en dicho ámbito?																					
Atender bien a los clientes para que estén a gusto	x													x							
Preocuparse por la comunidad		x																			
Ayudar a la comunidad con buenas prácticas			x																		
Dar trabajo a personas del sector circunvecino				x								x									
Realizar obras sociales para la comunidad					x		x														
Hacer trabajo comunitario con aportes en desarrollo social y cultural						x															
Enfocarse en los empleados								x	x	x											
Desarrollar actividades deportivas con la comunidad											x										

Continuación tabla 14. Matriz de análisis de las entrevistas realizadas a la comunidad de Cruces

Entrevistado	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Preguntas y respuestas																					
Pregunta 3. ¿Qué prácticas debería realizar el hotel campestre el Danubio en dicho ámbito?																					
Aprovechar lo residuos orgánicos en abono para las plantas													x								
Cuidar el medio ambiente															x						x
No tiene conocimiento																x	x	x	x	x	
Pregunta 4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?																					
Actividades que realizan con los clientes	x		x																		
Las políticas internas				x																	
Las obras sociales		x			x	x	x														
Las actividades que realizan con la comunidad								x	x	x		x									
Evaluando los procesos con desechos y residuos													x								
Con ayuda de los medios de comunicación y la publicidad															x	x	x	x			
No tiene conocimiento											x			x					x	x	x
Pregunta 5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?																					
No tiene conocimiento del impacto que genera las actividades del hotel	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x
El conocimiento es limitado sobre el tema			x																		
No tiene impacto												x									
Pregunta 6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?																					
Si	x	x	x	x							x	x									
No					x	x	x	x	x	x			x	x	x		x		x	x	x
No tiene conocimiento																x		x			

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas realizadas a la comunidad de Cruces

De la información aportada por los habitantes de la comunidad de Cruces se pudo vislumbrar algunas problemáticas que se presentan en cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial que maneja el Hotel Campestre el Danubio.

Las personas entrevistadas no tienen conocimiento alguno del concepto de Responsabilidad Social Empresarial ni el impacto que trae consigo en los diferentes grupos de interés, está es una gran falencia que no permite sentar bases para las prácticas que desarrolle el hotel en cuanto a su sistema de RSE; por lo que es necesario brindar conocimiento a las personas que están involucradas de forma directa e indirecta con las actividades del hotel, generando una conciencia frente al tema que permita desarrollar un papel evaluador y así mismo aporte ideas y estrategias para la solución de problemas.

Algunas de las personas entrevistadas tenían ideas sobre el concepto y entendieron aún más con la explicación dada en la introducción a la entrevista. Este problema no solo se vio reflejado en esta ocasión, por el contrario es muy común encontrar un gran número de personas que no tienen claridad sobre las actividades que involucra la Responsabilidad Social Empresarial, lo cual requiere una solución que alberga gran dificultad, puesto que implica el interés de las personas en el tema.

A pesar de no tener un gran conocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial las personas si tienen claro que es muy importante que las empresas se involucren con sus grupos de interés, en este caso en particular mayor compromiso del Hotel Campestre el Danubio con la comunidad de Cruces, ya que estas personas manifiestan el poco interés por parte del hotel con su sector circunvecino. Es importante manejar buenas prácticas con los stakeholders, incluyendo la comunidad porque esta desempeña un papel portavoz que puede afectar de forma considerable las actividades del hotel, al igual que sus productos y servicios. De manera que se deben desarrollar estrategias que permitan una mayor integración con la comunidad.

Debido a la importancia que tiene la comunidad dentro de un sistema de Responsabilidad Social Empresarial, se toma como punto de partida las sugerencias de las personas para llevar a cabo diferentes actividades donde ellos sean involucrados; un gran número de personas no manifiestan sugerencias o recomendaciones frente al tema, esto se debe al desconocimiento que tienen, por lo que prefieren no opinar. Entre las personas que comprenden mejor el concepto lo relacionan con ayudas para la comunidad con buenas prácticas y más orientado hacia las obras sociales, es decir con la caridad que pueda tener el hotel con ellos; otras personas con diferente pensamiento lo relacionan con oportunidades laborales que ofrezca el hotel, la preocupación y cuidado de su recurso humano y el medio ambiente.

Se puede confirmar que las personas relacionan el tema de la Responsabilidad Social que tiene una empresa con las ayudas económicas que brinden, sin apreciar el verdadero motivo de estas actividades el cual busca lograr el bienestar de todos; los datos recolectados radican en lo mismo, se requiere mayor información y conocimiento por parte de los grupos de interés sobre estos temas donde están involucrados.

Como dar a conocer la responsabilidad de una empresa es un tema que se debe tratar en este estudio para cumplir con los objetivos del mismo, por esta razón se tuvo en cuenta la opinión de los habitantes de la comunidad de Cruces; quienes expresaron que una forma de conseguir este propósito es por medio de las actividades o lo que ellos consideran obras sociales, pero esto no se queda allí pues involucra el uso de los medios de comunicación y la publicidad, esta idea se debe tener en cuenta por parte de los directivos y del personal del hotel a la hora de dar a conocer su imagen y que esta sea positiva para traer consigo buenos resultados.

La falta de herramientas en cuanto a la difusión de las actividades del hotel es una dificultad que se debe mejorar, puesto que las personas no tienen conocimiento alguno del impacto que genera el hotel campestre el Danubio, esto permite inferir que las personas no tiene interés en conocer más sobre el hotel y de esta forma cambiar la percepción que poseen, prefieren seguir en el camino de la indiferencia y muchas veces pasar a la difusión de información negativa. Estos temas se deben manejar con pericia, buscando la forma de dar solución a esta problemática, generando una propagación positiva y extensa que deje huella en el entorno.

Debido a la poca divulgación que tiene el hotel de sus acciones, esto no origina una imagen ética y responsable, encontrando de nuevo una causa importante a tener en cuenta la cual redundará en la poca difusión que viene manejando el hotel para exteriorizar en su medio una percepción favorable.

5.3 ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS EMPLEADOS DEL HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO

En la siguiente matriz se hizo una recopilación de los datos obtenidos en las 9 entrevistas realizadas al personal del Hotel Campestre el Danubio el día 10 de noviembre del 2017, estas se aplicaron a empleados en los diferentes cargos y puestos de trabajo; esto se hizo con el fin de obtener diversas perspectivas del funcionamiento del hotel y de las prácticas que lleva a cabo y las cuales están relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial. Estos datos aportaron información relacionada con las dificultades por las que pasa el hotel, no obstante también aportaron ideas y soluciones a dichas problemáticas. Así mismo

permitieron proveer información al plan de acción, el cual se debe ejecutar para lograr la implementación del sistema de Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 15. Matriz de análisis de las entrevistas realizadas a los empleados del Hotel Campestre el Danubio

Preguntas y respuestas	Entrevistado	0 1	0 2	0 3	0 4	0 5	0 6	0 7	0 8	0 9
Pregunta 1. ¿Cómo se percibe la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre el Danubio?										
El servicio se mejora diariamente	x									
Es regular por falta de implementación de procesos		x								
Es buena y ha mejorado			x		x			x	x	x
La RSE se percibe de forma positiva				x		x				
Pregunta 2. ¿Por qué es importante que el Hotel Campestre el Danubio practique la Responsabilidad Social Empresarial?										
Todos se benefician	x									
Es un compromiso con el medio ambiente		x				x				
Genera ingresos económicos			x							
Mejora las relaciones laborales				x						
Se llevan a cabo las labores de una forma adecuada					x					
Crea una buena imagen								x		
Contribuye a las buenas condiciones económicas, sociales y ambientales									x	
Proporciona una mejor atención al cliente										x
Pregunta 3. ¿Cómo gestiona el hotel la responsabilidad con el medioambiente y como involucra los colaboradores?										
Capacitaciones sobre cuidado al medio ambiente	x									
No se gestiona la RSE		x								
Integración con el medio ambiente			x							
Recolección de basuras, desechos y residuos tóxicos				x					x	x
Reciclaje de aceite y cartón					x					
Cuidado de la fauna y la flora						x				
Reuniones con la CVC							x			
Pregunta 4. ¿Qué buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial evidencian el compromiso del Hotel Campestre el Danubio con el bienestar de las personas que se relacionan de alguna manera con la organización?										
Los clientes se encuentran dentro del seguro civil hotelero	x									
Buenas prácticas con el servicio de cocina		x								
Buen trato con clientes y empleados			x							
Se realizan integraciones				x						
Tener más en cuenta a los empleados					x	x	x			
Buena atención y servicio al cliente								x	x	

Continuación tabla 15. Matriz de análisis de las entrevistas realizadas a los empleados del hotel campestre el Danubio

Preguntas y respuestas	Entrevistado	01	02	03	04	05	06	07	08	09
Pregunta 5. ¿Cómo es un día de trabajo con la comunidad al interior de la empresa, que circunstancias y/o prácticas (detalles, gestos, sonrisas...) sobresalen en la atención a los clientes?										
Trato adecuado y cortes, se brinda la información necesaria y se dan las respuestas a tiempo	x				x		x			
Trabajo en equipo para ofrecer un buen servicio		x								
Atención al cliente con buena disposición y buen humor			x	x						
Estar pendiente de las necesidades de los clientes y lograr su satisfacción						x				x
Se manejan protocolos de servicio para la atención al público									x	
Pregunta 6. ¿Qué actividades o campañas de bienestar se desarrollan con la comunidad de la zona circunvecina?										
Ver otros establecimientos como puntos de apoyo y no como competencia	x									
Recolección de caracoles		x								
El hotel no realiza actividades de bienestar con la comunidad			x	x	x	x	x	x	x	x
Pregunta 7. ¿Cuáles son los principales obstáculos por los cuales el hotel no ha implementado en sus prácticas la Responsabilidad Social Empresarial?										
Falta de comunicación y tiempo	x		x							
Falta de capacitación		x								
Relación de la administración con el personal				x						
No hay conocimiento sobre RSE					x	x			x	x
No hay interés							x			
Pregunta 8. ¿Qué estrategias podrían implementar los directivos para que la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en parte de la cultura organizacional y sea practicada por los colaboradores?										
Romper esquemas mentales y sensibilizar a las personas		x								
Integraciones internas con el personal para buscar soluciones			x	x						
Capacitaciones sobre RSE	x				x		x			x
Informar sobre RSE en la contratación						x				
Involucrarse con la comunidad									x	
Pregunta 9. ¿Qué parte de la Responsabilidad Social Empresarial puede incorporarse como identidad empresarial (misión, visión, filosofía...)?										
Velar por el bienestar de los huéspedes	x									
Buenas prácticas con el medio ambiente		x				x				x
Alcanzar los objetivos propuestos en la misión			x	x						
Brindar un espacio natural y tranquilo					x					
Compromiso con los empleados							x			
Implementar medidas para la sostenibilidad ambiental									x	

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas realizadas a los empleados del Hotel Campestre el Danubio

La aplicación de este instrumento de recolección de la información permitió obtener datos que ayudaron a encontrar problemáticas y así mismo soluciones que se presentan en el Hotel Campestre el Danubio en las prácticas que lleva a cabo relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial. Por esto se pudo discernir que es buena y ha ido mejorando, esto se debe a que es un propósito de la administración actual cumplir con acciones beneficiosas en este ámbito, logrando mejorar sus servicios; el fin de este estudio es complementar la actuación que lleva el hotel en cuanto a RSE y buscando la mejora.

El recurso humano del hotel considera que el sistema de RSE permite lograr el beneficio de todos los grupos de interés, trayendo un rendimiento positivo en diferentes aspectos tales como es el compromiso con el medio ambiente, la mejora de las condiciones económicas y sociales; y no menos importante una atención al cliente apropiada que pueda convertirse en un factor diferenciador para el hotel en la prestación de sus servicios; todas estas mejoras dan como resultado una buena imagen que exteriorice comportamientos éticos y responsables, además que reflejen el compromiso con los stakeholders.

Estas acciones responsables no se pueden quedar en palabras o escritas en papel para ser archivadas, por esa razón se debe evidenciar los hechos que ocurren en el día a día de las actividades del hotel; una de ellas son las reuniones con la CVC, esta corporación es un ente que ayuda a coordinar y regular las acciones que se llevan a cabo en el hotel, cuya actuación sirve de apoyo en la implantación de estrategias relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial. Así mismo se puede conocer prácticas relacionadas con la recolección de basuras, desechos y residuos tóxicos, su adecuado reciclaje, el cuidado y protección de la fauna y la flora que se encuentra al interior de las instalaciones del hotel.

De esta forma se da inicio a una praxis adecuada que lleva al cumplimiento de los objetivos propuestos por la actual administración para el hotel donde están involucrados sus stakeholders.

Dentro de esta praxis se observa la buena atención y servicio al cliente, quienes son un pilar fundamental para lograr mantenerse en el mercado, puesto que una de las más claras muestras de un buen servicio es el trato que se proporciona a los usuarios; no obstante no solo se debe hacer énfasis en los clientes también en los empleados, estos son quienes hacen posible el funcionamiento del hotel y permiten crecer con éxito, por esta razón deben ser tenidos en cuenta y buscar su bienestar.

El hotel se caracteriza por una buena atención a sus clientes, un trato adecuado donde se destaca la amabilidad por parte de los empleados, quienes trabajan en equipo buscando la satisfacción de los clientes con el fin de que estos regresen en nuevas oportunidades y generen buenas opiniones sobre el hotel a otras personas, lo que atrae nuevos clientes dando como resultado el progreso.

El hotel cuenta con aspectos positivos en el desarrollo de sus actividades diarias, sin embargo no realiza campañas de bienestar para la comunidad de los sectores cercanos, quienes también representan a sus grupos de interés; por lo tanto es una falencia que se vislumbra, la cual se debe contrarrestar buscando el avance en este aspecto donde se integre el medio externo con las acciones del hotel y se conviertan en actos responsables con la sociedad, además evaluar el impacto de dichas acciones con el fin de encontrar dificultades y soluciones.

Las prácticas que se llevan a cabo relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre el Danubio no son establecidas formalmente dentro de un sistema, esto se debe a la falta de conocimiento que tiene el personal en cuanto al tema, por esta razón no son conscientes que vienen realizando diferentes actividades que involucran la RSE en sus funciones; la falta de comunicación es otro factor que influye en la implementación de este sistema, es difícil coordinar las tareas de los empleados orientadas hacia un mismo fin, el cual es establecer procedimientos explícitos que permitan acabar con los obstáculos que se presentan para lograr la instauración del sistema de Responsabilidad Social Empresarial.

Algunas medidas que se pueden aplicar para alcanzar una praxis responsable son las capacitaciones sobre Responsabilidad Social Empresarial, entendiendo el compromiso y las acciones que se generan con las partes interesadas; es importante conseguir que los empleados encuentren interés en el tema, esto se logra por medio de su incorporación en los asuntos del hotel, ya que pueden aportar ideas, sugerencias y soluciones. De esta forma consideran los objetivos organizacionales como objetivos propios alcanzando resultados positivos en conjunto.

Dentro de las prácticas que se realizan se deben incorporar actividades que representen al Hotel Campestre el Danubio ante su entorno y de esta forma establecer una identidad; esto se puede lograr con la implementación de buenas prácticas con el medio ambiente y la naturaleza, se debe incorporar como objetivos de la misión empresarial que posee el hotel, igualmente se debe encaminar a los colaboradores hacia el cumplimiento de los mismos.

5.4 ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS CLIENTES DEL HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO

En la siguiente matriz se hizo una compilación de los datos obtenidos en las 10 entrevistas realizadas a los clientes del Hotel Campestre el Danubio los días 07, 14, 21 y 28 de enero del 2018; estas se realizaron con el fin de obtener información acerca del servicio que presta el hotel, conocer problemáticas que perciben los

huéspedes y que tal vez no sean evidentes para los directivos, así mismo encontrar puntos fuertes que se puedan potenciar para fortalecer la relación con los clientes, además de atraer más usuarios. La información recolectada permitió sustentar las propuestas que se hacen en el plan de acción, con referencia a la percepción de los clientes sobre las prácticas que lleva a cabo el hotel en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 16. Matriz de análisis de las entrevistas realizadas a los clientes del Hotel Campestre el Danubio

Entrevistado	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
Preguntas y respuestas										
Pregunta 1. Califique el servicio que le presta el Hotel Campestre el Danubio										
Bueno	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Pregunta 2. ¿Cómo es el trato que le brinda el personal de Hotel Campestre el Danubio?										
Excelente	x		x	x	x	x	x	x		
Bueno									x	x
Regular		x								
Pregunta 3. ¿Qué aspectos mejoraría del Hotel Campestre el Danubio, (productos, servicios, infraestructura, entre otros)?										
Infraestructura	x	x			x				x	x
Seguridad en la piscina				x				x		
Más productos						x				
Más servicios							x			
Nada			x							
Pregunta 4. ¿Qué percepción tiene de las prácticas responsables que desarrolla el Hotel Campestre el Danubio?										
No tiene conocimiento	x		x		x			x	x	x
Las prácticas están bien orientadas		x		x						
Respetan el medio ambiente						x				
Las prácticas son buenas pero deben mejorar							x			
Pregunta 5. ¿Cómo considera que son las actividades que lleva a cabo el Hotel Campestre el Danubio en pro del cuidado y la conservación del medio ambiente y los recursos naturales?										
No tiene conocimiento			x		x				x	x
Las prácticas son buenas	x			x		x	x	x		
Las prácticas son buenas pero deben mejorar		x								
Pregunta 6. ¿En el momento de elegir un hotel, su decisión se ve influenciada por aquellos que efectúan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?										
No	x		x	x	x	x		x	x	x
Si		x					x			

Continuación tabla 16. Matriz de análisis de las entrevistas a los clientes del hotel campestre el Danubio

Preguntas y respuestas	Entrevistado									
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
Pregunta 7. ¿Qué prácticas debería desarrollar el Hotel Campestre el Danubio para ser más socialmente responsable?										
Políticas de ahorro y reciclaje	x		x		x				x	x
Mejorar los servicios que ofrece		x						x		
La disposición adecuada de los desechos				x			x			
Involucrar a los clientes en las actividades						x				
Pregunta 8. ¿Cómo podría involucrar a los clientes en estas prácticas responsables?										
Establecer puntos ecológicos	x									
Difundir publicidad		x		x		x	x			
Generar estrategias que comprometan a los clientes			x							
Hacer capacitaciones					x				x	x
Realizar actividades que llamen la atención de los clientes								x		
Pregunta 9. ¿Cree que el Hotel Campestre el Danubio debe dar a conocer las prácticas que realiza en materia de Responsabilidad Social Empresarial?										
Si	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas realizadas a los clientes del Hotel Campestre el Danubio

La totalidad de los clientes entrevistados consideran que el servicio que les presta el hotel es bueno; el ambiente que sienten durante la estadía es agradable, tienen la oportunidad de descansar y desconectarse un poco de la realidad del día a día, así mismo tienen más contacto con la naturaleza. No se puede pasar por alto el buen servicio del restaurante lo que es un punto fuerte que los clientes consideran de gran importancia. Los directivos del hotel deben fortalecer estrategias que les permitan seguir brindando un servicio de excelente calidad, puesto que este es un tema de gran relevancia en el momento de fidelizar clientes y atraer más.

El trato que proporciona el personal del hotel es de excelente calidad, es cálido y amable, también son atentos y cordiales con los clientes; como ya se mencionó con anterioridad no se puede desmejorar, por el contrario se debe fortalecer cada día más; para esto es recomendable ofrecer a los empleados cursos sobre atención al cliente, que les permita tener bases de conocimiento para cada situación que se presenta en el hotel, así mismo resolver algunos contratiempos que puedan ocurrir. Los empleados se deben evaluar constantemente para conocer la calidad del servicio que prestan, ya que ellos son la cara del hotel y son quienes tienen el contacto directo con los usuarios.

En cuanto a los aspectos a mejorar por parte del hotel se debe tener en cuenta la infraestructura, los huéspedes consideran que las habitaciones deben ser remodeladas, se deben modernizar algunos activos del hotel para que los clientes sientan confort durante su estadía; además de esto se deben ofrecer más productos en el restaurante para los gustos de los clientes y más servicios como caminatas, spa, actividades de recreación para niños y adultos, entre otros. Un tema de gran importancia es la seguridad en la piscina, puesto que los clientes no consideran que es suficiente, se recomienda implementar personal salvavidas para estar al frente de situaciones peligrosas que se puedan presentar. Es oportuno tener en cuenta las ideas que aportan los usuarios, ya que es a ellos a quienes están dirigidos los servicios del hotel.

Entrando en materia de Responsabilidad Social Empresarial, se hace evidente que la mayoría de clientes no tienen conocimiento del tema, por lo que la percepción que tienen sobre las prácticas responsables del hotel es nula. Algunos clientes hacen referencia a estas prácticas y las consideran buenas. Teniendo en cuenta esta información es necesario brindar asesoría a los usuarios con referencia a estos temas, de esta forma se integran a las actividades que realiza el hotel y los incita a participar en las mismas. Esto se puede hacer en el momento de su llegada al hotel brindándoles una pequeña introducción del tema, así mismo darles a conocer las políticas y las prácticas que se llevan a cabo al interior de la empresa y en las cuales pueden colaborar los clientes.

Haciendo referencia a las buenas prácticas ambientales se vislumbra que el conocimiento que tienen los clientes en este tema es poco, aunque en este ámbito en específico como lo es el medio ambiente se puede apreciar que los clientes observan las actividades que realiza el hotel en beneficio de la naturaleza y su entorno en cuanto a fauna y flora; ellos perciben que en el hotel se hace uso responsable de los recursos naturales y dichas actividades se llevan a cabo con el fin de cuidar las zonas verdes y que estas sean agradables para los usuarios.

Las prácticas ambientales deben mejorar, implementando acciones tales como la separación de los residuos y los desechos en los respectivos contenedores, los cuales deben tener su correspondiente señalización para que los clientes los identifiquen con facilidad; así mismo es importante que se den a conocer estas prácticas a los usuarios para integrarlos en ellas.

En la actualidad las personas han desarrollado mayor sensibilización por las buenas prácticas donde se ayuda al prójimo, actividades donde se evidencie la responsabilidad de las empresas y sus actos altruistas; a pesar de esto los clientes no se ven influenciados por estas razones en el momento de elegir un lugar para vacacionar y disfrutar en familia, los motivos principales que los llevan a elegir un hotel son los precios, los descuentos, la calidad del servicio prestado y la comodidad para su esparcimiento. Sin importar esta realidad el hotel debe continuar con su objetivo de establecer un sistema de Responsabilidad Social Empresarial dando ejemplo a otras empresas.

Los clientes también hacen sugerencias para la mejora del hotel en razón de la Responsabilidad Social Empresarial; por eso recomiendan ejecutar políticas de ahorro de energía y agua, también políticas de reciclaje con una adecuada disposición de los residuos, implementar más servicios para los usuarios como las caminatas ambientales, de esta forma se involucran con las actividades del hotel.

Para involucrar a los clientes con las prácticas responsables se deben desarrollar estrategias que generen compromiso entre el hotel y sus usuarios; con ayuda de capacitaciones y charlas, por medio de la publicidad interna como carteleras, folletos y avisos. Con eventos pensados exclusivamente en generar conciencia y sensibilización a los clientes, estableciendo puntos ecológicos que les permita a los huéspedes depositar la basura de forma adecuada. Con la ayuda de todos se puede lograr un mejor trabajo en pro de un mismo objetivo.

Se recomienda a los directivos del hotel dar a conocer las prácticas responsables que desarrollan, con el fin de dar buen ejemplo del compromiso con los grupos de interés e influenciar a otras empresas a implementar la Responsabilidad Social en sus actividades diarias; esto se hace con ayuda de los medios de comunicación, las redes sociales, con campañas y eventos que permitan exponer las actividades que se realizan, lo cual a su vez le genera reconocimiento al hotel en el mercado.

En general la apreciación que atribuyen los clientes sobre el hotel es buena, además aportan sugerencias como factores de mejora que se pueden potenciar para lograr un progreso importante en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

6. ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

Elaboración del plan de acción para la propuesta del sistema de Responsabilidad Social Empresarial.

El plan de acción ofrece una guía para dar cumplimiento a los objetivos establecidos en la propuesta del sistema de Responsabilidad Social Empresarial, además se determinan los responsables de las acciones, los recursos necesarios para su ejecución y los tiempos empleados.

A continuación se presenta la matriz del plan de acción donde se exponen los objetivos específicos, los cuales se deben realizar para lograr el éxito en la implementación del sistema de Responsabilidad Social Empresarial; cada objetivo tiene a su vez unas acciones determinadas que permiten lograr su cumplimiento con sus respectivos responsables, puesto que estas deben estar a cargo de un equipo de trabajo para su ejecución, así mismo se hace referencia a un tiempo y a un presupuesto concreto, para un mayor control en el cumplimiento de las acciones propuestas.

Tabla 17. Plan de acción

Objetivo general: Garantizar que las estrategias planteadas dentro del plan de acción se cumplan bajo los parámetros establecidos y en el tiempo estipulado para su desarrollo.								
Objeti- vos especí- ficos	Acciones priorizadas		Indicador	Meta	Res- ponsa- ble	Priorización		Presu- puesto (Aprox .)
	Acción pro- puesta	Descrip- ción				Fe- cha de inicio	Fecha fina- liza- ción	
Generar acciones de mejora en materia laboral y de recursos humanos, con el propósito de demostrar el compromiso de la empresa con los trabajadores.	Impartir formación a empleados en materia de RSE y promover una cultura socialmente responsable	Los empleados deben tener mayor conocimiento sobre RSE para lograr la implementación del sistema	Capacitaciones realizadas / capacitaciones programadas * 100%	Lograr el 80% de las capacitaciones propuestas.	Dpto. de recursos humanos	Julio 2018	Dic 2018	\$ 1.000.000
	Mejorar la motivación del personal	Una motivación alta le permite a los empleados desarrollar sus trabajos de forma adecuada	Actividades motivacionales	Realizar las actividades propuestas relacionadas con la motivación de los empleados.	Dpto. de recursos humanos	Jul 2018	Dic 2018	\$ 1.000.000

Continuación tabla 17. Plan de acción

Objeti- vos especí- ficos	Acciones priorizadas		Indica- dor	Meta	Res- ponsa- ble	Priorización		Presu- puesto (Aprox .)
	Acción pro- puesta	Descrip- ción				Fe- cha de inicio	Fecha fina- liza- ción	
Generar acciones de mejora en materia laboral y de recursos humanos, con el propósito de demostrar el compromiso de la empresa con los trabajadores.	Asegurar el cumplimiento de la legislación en materia de prevención de riesgos laborales	Es deber de la empresa velar por el cuidado y la salud de sus empleados	Progra- ma de seguri- dad y salud en el trabajo	Imple- mentar el progra- ma de seguri- dad y salud en el trabajo.	Dpto. de recur- sos huma- nos	Jul 2018	Dic 2018	\$ 1.000. 000
Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, con el fin de integrarles en la empresa y obtener su máximo compromiso con las políticas establecidas en la misma.	Conocer las necesidades y las opiniones de los clientes	Los clientes son una fuente primaria para conocer los focos de problemas, así mismo oportunidades de mejora	Progra- ma de quejas y reclamos	Estable- cer un progra- ma en el que se tenga en cuenta las quejas, sugeren- cias y reclamos .	Dpto. comer- cial	Tra- bajo conti- nuo a partir de la fecha de la socia- liza- ción del pre- sente traba- jo	Pro- ceso cons- tante	\$200. 000

Continuación tabla 17. Plan de acción

Objeti- vos especí- ficos	Acciones priorizadas		Indicador	Meta	Res- ponsa- ble	Priorización		Presu- puesto (Aprox .)
	Acción pro- puesta	Descrip- ción				Fe- cha de inicio	Fecha fina- liza- ción	
Satisfacer las necesi- dades y expecta- tivas de los clientes, con el fin de integrarlos en la empresa y obtener su máximo compro- miso con las políticas estable- cidas en la misma.	Mejorar el proceso de atención a clientes, así como los produc- tos y servi- cios ofreci- dos	Un buen servicio se presta por medio de la atención al cliente, la cual debe ser de alta calidad	Percep- ción de los clientes externos	Obte- ner una califica- ción alta en la percep- ción de los clientes sobre los servi- cios ofreci- dos.	Dpto. comer- cial	Jul 2018	Ago 2018	\$300. 000
	Estable- cer medidas preven- tivas para la seguri- dad de los clientes	La seguridad de los clientes es un compro- miso que adopta el hotel con sus huéspedes	Acciones preventi- vas realizadas / acciones preventi- vas propues- tas * 100%	Cumplir con el 90% de las accio- nes preven- tivas pro- pues- tas.	Dpto. comer- cial	Jul 2018	Sep 2018	\$1.500. 000
Minimizar el impacto medioam- biental derivado de las activida- des del hotel, por medio de acciones que faciliten una gestión más sostenible con el medio ambiente.	Ofrecer progra- mas de sensibi- lización medio- ambien- tal a emplea- dos y clientes	El primer paso para las buenas prácticas con el medio ambiente es generar conciencia de los impactos negativos que se producen	Conferen- cias realizadas / conferen- cias propues- tas * 100%	Cumplir con el 80% de las confe- rencias planea- das para emplea- dos y clientes .	Perso- nal directi- vo	Tra- bajo conti- nuo a partir de la fecha de la socia- liza- ción del pre- sente traba- jo	Proce- so constante	\$500. 000

Continuación tabla 17. Plan de acción

Objetivos específicos	Acciones priorizadas		Indicador	Meta	Responsable	Priorización		Presupuesto (Aprox .)
	Acción propuesta	Descripción				Fecha de inicio	Fecha finalización	
Minimizar el impacto medioambiental derivado de las actividades del hotel, por medio de acciones que faciliten una gestión más sostenible con el medio ambiente.	Fomentar medidas de ahorro de consumo de energía y agua	La tarea no es tan solo crear conciencia, también llevar a la práctica estas propuestas	Programa de ahorro	Cumplir con el plan diseñado en un programa que permita ejecutar estrategias de ahorro.	Personal directivo	Trabajo continuo a partir de la fecha de la socialización del presente trabajo	Proceso constante	\$100.000
	Impulsar estrategias de reducción, reutilización, recuperación y reciclaje	Cambiar malos hábitos de consumo por acciones amigables con el medio ambiente	Programa de reciclaje	Cumplir con el plan diseñado en un programa que permita ejecutar estrategias de reciclaje.	Personal directivo	Trabajo continuo a partir de la fecha de la socialización del presente trabajo	Proceso constante	\$100.000

Continuación tabla 17. Plan de acción

Objeti- vos especí- ficos	Acciones priorizadas		Indicador	Meta	Res- pon- sable	Priorización		Presu- puesto (Aprox)
	Acción pro- puesta	Descrip- ción				Fecha de inicio	Fe- cha fina- liza- ción	
Promover el crecimiento y el bienestar de la comunidad local, con el objetivo de facilitar la integración social y el progreso de las personas desfavorecidas de la sociedad.	Contribuir a la mejora de la comunidad en la que opera el hotel, colaborando en la resolución de cuestiones sociales y aportando los recursos disponibles	Llevar a cabo una praxis donde se coopere con la comunidad y sus habitantes en diferentes campos de actuación	Proyectos sociales realizados / proyectos sociales propuestos * 100%	Cumplir con el 70% de los proyectos propuestos para la comunidad.	Personal directivo y operativo	Ene 2019	Dic 2019	\$2.000.000
	Impartir formación a la comunidad sobre consumo responsable	Las personas no cuentan con el discernimiento necesario para desarrollar prácticas responsables	Conferencias realizadas a la comunidad / conferencias propuestas a la comunidad * 100%	Cumplir con el 70% de las conferencias propuestas.	Empleados	Ene 2019	Mar 2019	\$ 500.000
	Impulsar el desarrollo local como garantía de una comunidad más próspera y segura	Colaborar en actividades que permitan el progreso de la sociedad y de sus pobladores	Programa de inversión social	Ejecutar el programa de inversión social.	Personal directivo	Trabajo continuo a partir de la fecha de la socialización del presente trabajo	Proceso constante	El 1% de las utilidades anuales

Continuación tabla 17. Plan de acción

Objetivos específicos	Acciones priorizadas		Indicador	Meta	Responsable	Priorización		Presupuesto (Aprox .)
	Acción propuesta	Descripción				Fecha de inicio	Fecha finalización	
Establecer relaciones fuertes y duraderas con los proveedores y organizaciones que suministran los productos e insumos para el hotel, teniendo en cuenta como parámetro principal los altos estándares de calidad requeridos	Mejorar el proceso de compras y los vínculos con los proveedores, con el fin de involucrarlos con la empresa, así mismo con sus políticas y procesos	Una comunicación clara y asertiva permite la buena negociación entre las partes, logrando así beneficios para ambas	Negociaciones realizadas / negociaciones planeadas * 100%	Obtener el 80% de las negociaciones planeadas con los proveedores.	Dpto. de compras	Jul 2018	Sep 2018	\$ 0
	Inducir a los proveedores en el manejo de insumos y materias primas que ayuden en la protección del medio ambiente	Las buenas prácticas ambientales deben estar en toda la cadena de producción, iniciando por las materias primas y los insumos	Charlas realizadas / charlas programadas * 100%	Cumplir con el 60% de las charlas programadas con los proveedores.	Dpto. de compras	Sep 2018	Dic 2018	\$ 500.000

Continuación tabla 17. Plan de acción

Objetivos específicos	Acciones priorizadas		Indicador	Meta	Responsable	Priorización		Presupuesto (Aprox .)
	Acción propuesta	Descripción				Fecha de inicio	Fecha finalización	
Establecer relaciones fuertes y duraderas con los proveedores y organizaciones que suministran los productos e insumos para el hotel, teniendo en cuenta como parámetro principal los altos estándares de calidad requeridos	Contribuir con el desarrollo local, por medio de la consolidación de las relaciones con los proveedores de la región y así impulsar el crecimiento de los pequeños empresarios	Si el hotel crea relaciones comerciales con los proveedores locales, ayuda en el progreso de la ciudad y la región	Negociación con proveedores locales / total de negociaciones con proveedores * 100%	Lograr que el 50% de las negociaciones sean con proveedores locales.	Dpto. de compras	Trabajo continuo a partir de la fecha de la socialización del presente trabajo	Proceso constante	\$ 0
TOTAL PRESUPUESTO:								\$8.700.000

Fuente: Elaboración propia

Las estrategias propuestas en el anterior plan de acción se realizan con el fin de dar inicio a la implementación del sistema de Responsabilidad Social Empresarial, dichas estrategias se clasifican de acuerdo a lo grupos de interés del Hotel Campestre el Danubio. El presupuesto inicial para estas actividades es de \$ 8.700.00 con un tiempo de 18 meses, cabe aclarar que esta planeación en dinero y tiempo pueden variar según contratiempos que se puedan presentar o posibles actividades de mejora que se reformulen.

En primer lugar se plantean acciones relacionadas con los empleados como uno de los principales activos del hotel, lo que se busca es mejorar las relaciones laborales,

para esto se sugiere aumentar la motivación de los empleados, así como su conocimiento en materia de Responsabilidad Social Empresarial con el fin de contribuir a la efectiva implementación del sistema; además ofrecer unas condiciones de seguridad adecuadas para el desarrollo de las labores que eviten accidentes de trabajo. El presupuesto para estas actividades es \$ 3.000.000 en un tiempo de 6 meses.

Los clientes son quienes reciben los servicios, por esta razón se les debe ofrecer un servicio de calidad donde se satisfaga sus necesidades; para esto se propone una serie de actividades pensadas en el usuario, donde haya mayor interés por las opiniones y sugerencias de estos, con el objetivo de implementar acciones de mejora basadas en sus percepciones. Un buen servicio al cliente es fundamental para atraerlos y fidelizarlos, la atención que reciben los huéspedes es un factor determinante para catalogar un hotel por su calidad. Al mismo tiempo se debe trabajar más en la seguridad de los clientes, cumpliendo con la normatividad y evitando posibles contratiempos que afecten su integridad. El dinero presupuestado para estas actividades es \$ 2.000.000, las cuales se van a realizar en un periodo comprendido entre 2 y 3 meses, no obstante existen actividades que se deben realizar de forma constante.

El medio ambiente le provee al hotel de sus recursos por lo que la relación debe ser mutua, por esto se busca minimizar el impacto medio ambiental que genera el hotel con sus actividades diarias; en primer lugar se debe suscitar conciencia del mal uso de los recursos a empleados y clientes, ellos son quienes dan inicio a las buenas prácticas medioambientales, también se deben implementar programas que minimicen el consumo de agua y energía, generando una cultura de ahorro y reciclaje entre los clientes internos y externos del hotel, esto permite un equilibrio con el medio ambiente. Se ha destinado un presupuesto de \$ 700.000 para acciones encaminadas a la sostenibilidad ambiental, este proceso es constante por lo que no se define un periodo de tiempo.

Se presentan estrategias en pro del bienestar de la sociedad que reflejen el compromiso que tiene el hotel con la comunidad circunvecina y sus habitantes, dichas estrategias están encaminadas a la colaboración y apoyo de programas sociales, donde el hotel contribuye con diversos recursos que faciliten el desarrollo de la comunidad; adicionalmente se les debe involucrar en acciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial para crear conciencia de los malos hábitos de consumo que afectan el medio ambiente. Algunas de estas estrategias tienen un presupuesto de \$2.500.000, sin embargo uno de estos programas requiere del 1% de las utilidades anuales del hotel, cabe aclarar que es un estimado por lo que la empresa puede disminuir o aumentar este porcentaje. El tiempo de trabajo para estas actividades es constante.

Un producto y servicio de calidad requiere de insumos y materias primas adecuadas, por consiguiente se requiere de buenos proveedores que suministren los recursos necesarios para el efectivo desarrollo de las actividades del hotel, se

formulan acciones que fortalezcan los vínculos con los proveedores, los cuales deben ser fuertes para crear relaciones comerciales duraderas donde se beneficien todas las partes; de igual forma se busca impulsar el manejo de insumos y materias primas que beneficien el medio ambiente. Otra actividad que se plantea para el hotel es brindar apoyo a los proveedores locales, con el propósito de impulsar el crecimiento de la región. El presupuesto asignado es de \$500.000 con un tiempo de 6 meses para algunas de estas actividades, mientras que otras son actividades constantes.

En el plan de acción ya se determinaron los objetivos específicos y sus correspondientes acciones, cada una de estas cuenta con un tiempo y presupuesto establecido, sin embargo este puede cambiar a consideración de los responsables de las actividades y de los directivos del hotel, el tiempo se puede reformar según el grado de implementación de las mismas, si esta actividad no se ha cumplido a cabalidad en el tiempo estimado se deben plantear nuevas estrategias que permitan su efectivo cumplimiento aumentando su tiempo de trabajo y su presupuesto.

7. DISEÑO DEL SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Diseño del sistema de seguimiento y control para la propuesta del sistema de Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre el Danubio. Después de implementar el plan de acción se deben aplicar procesos de control y revisar la efectividad de los resultados generados por las acciones realizadas. El sistema de seguimiento y control permite corregir errores, también mejorar las acciones que se han desviado y las cuales no permiten alcanzar los objetivos fijados; el control se aplica con el propósito de encaminar las acciones por la dirección correcta para el cumplimiento de los objetivos.

Tabla 18. Seguimiento y control

El sistema de seguimiento y control permite determinar el estado en el que se encuentran las diversas acciones que se plantean en el sistema de Responsabilidad Social Empresarial con respecto a sus grupos de interés, es decir, si se cumple o no con su implementación. En esta matriz se dejó como opción alternativa para el equipo de trabajo del Hotel Campestre el Danubio generar observaciones y recomendaciones, las cuales se deben tener en cuenta como punto de partida para el desarrollo de estrategias que lleven a la mejora; además se evalúa el desempeño del equipo de trabajo frente a la ejecución del plan de acción.

Objetivo general: Supervisar las acciones propuestas en el plan de acción para la adecuada implementación del sistema de Responsabilidad Social Empresarial, así mismo generando actividades que ayudan a corregir y mejorar dicho sistema.			
Acción propuesta	Cumple		Observaciones y recomendaciones
	Si	No	
Empleados			
Los empleados reciben capacitaciones y cursos que les permiten una formación apropiada en materia de RSE			
Los empleados tienen contratos de trabajo fijos y con todas las prestaciones de ley			
Se proporciona un buen trato y una comunicación asertiva que faciliten el desempeño de las labores y el trabajo en equipo			

Continuación tabla 18. Seguimiento y control

Acción propuesta	Cumple		Observaciones y recomendaciones
	Si	No	
Empleados			
Los empleados tienen la posibilidad de participar en todas las situaciones del hotel, aportando ideas y soluciones			
Se premia el compromiso y colaboración de los empleados hacia el hotel			
Los directivos apoyan el desarrollo personal y profesional de los empleados			
Se realizan programas sobre prevención de riesgos, primeros auxilios y trabajo en alturas			
Todos los empleados cuentan con elementos de protección personal para la ejecución de sus labores			
Se efectúan revisiones médicas periódicas para conocer el estado de salud de los empleados			
Clientes			
El hotel cuenta con un buzón de sugerencias, el cual es revisado constantemente para conocer la opinión de los clientes			
Se realizan encuestas a los clientes para medir su grado de satisfacción con el servicio prestado			
El hotel ofrece planes lúdicos y recreativos para el esparcimiento de los clientes			
Se entrega información transparente y veraz a los clientes sobre los productos y servicios que ofrece el hotel			
En el hotel se implementan medidas de seguridad y prevención de riesgos para los huéspedes			
En el momento del ingreso de los clientes se les da a conocer las normas de seguridad que deben cumplir para evitar cualquier tipo de accidente			

Continuación tabla 18. Seguimiento y control

Acción propuesta	Cumple		Observaciones y recomendaciones
	Si	No	
Medio ambiente			
En el hotel se lleva a cabo un programa de sensibilización ambiental para los empleados con la ayuda de talleres			
El hotel desarrolla actividades ambientales tales como siembra de árboles, aseo y limpieza de los parques de la ciudad, entre otras			
Los empleados están involucrados en las diferentes campañas que ejecuta el hotel a favor del medio ambiente			
Los clientes conocen las políticas de ahorro y reciclaje que se practican en el hotel			
Los empleados tienen conocimiento sobre la clasificación de basuras y residuos tóxicos			
El hotel promueve proyectos que tienen como objetivo el cuidado y conservación del medio ambiente			
En las actividades diarias del hotel están involucradas la disminución de agua y energía			
Las instalaciones del hotel cuentan con diversos “puntos limpios” en los cuales se efectúa la recolección y clasificación de los residuos en contenedores			
Comunidad			
El hotel realiza evaluaciones que le permiten conocer el impacto que generan sus actividades en la sociedad			
El hotel interviene en proyectos sociales que tienen como objetivo apoyar a fundaciones y organizaciones no lucrativas			
Los empleados del hotel están comprometidos con las prácticas responsables hacia la comunidad y sus habitantes			

Continuación tabla 18. Seguimiento y control

Acción propuesta	Cumple		Observaciones y recomendaciones
	Si	No	
Comunidad			
Se efectúan programas y actividades en la sociedad que buscan impartir conocimiento sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial			
Se realizan visitas a la comunidad del sector circunvecino para conocer las situaciones por las que atraviesa y en las cuales pueda intervenir el hotel			
El hotel apoya el comercio local, de la comunidades circunvecinas y los sectores aledaños, con el propósito de impulsar su crecimiento			
Los habitantes de los sectores cercanos se tienen en cuenta en las vacantes			
Proveedores			
Existen contratos formales con los proveedores donde se establecen los parámetros bajo los cuales se realizan las negociaciones			
Los canales de comunicación son las principales herramientas utilizadas para transmitir información con los proveedores y así evitar mal entendidos			
El hotel y sus proveedores conocen las condiciones de negociación de la otra parte, esto con el fin de cumplir con el vínculo comercial establecido sin afectar los procesos y las actividades del otro			
El hotel elige sus proveedores basado en criterios medio ambientales, es decir, que sus proveedores manejan productos e insumos amigables con el medio ambiente			
El hotel exige a sus proveedores constantes evaluaciones de calidad de las materias primas que utilizan en los productos e insumos que comercializan, con el fin de conocer su origen			

Continuación tabla 18. Seguimiento y control

Acción propuesta	Cumple		Observaciones y recomendaciones
	Si	No	
Proveedores			
Las compras de productos e insumos se hacen a los proveedores locales, logrando así el crecimiento del mercado local			
Se han establecido pautas con ayuda de los proveedores para facilitar la gestión de las compras responsables y el consumo sostenible			
El hotel exige a sus proveedores una praxis justa y ética; para evitar prácticas que vayan en contra de la ley, que puedan afectar el hotel y sus trabajadores			

Fuente: Elaboración propia

El sistema de seguimiento y control se aplica como un método de evaluación a las acciones propuestas en el plan de acción, por lo que se debe ejecutar una vez se hayan desarrollado las acciones antes mencionadas; con los datos obtenidos en esta matriz se evalúan las condiciones reales en las cuales se encuentra el hotel frente a la implementación del sistema de Responsabilidad Social Empresarial. Se debe tener en cuenta el cumplimiento de estas acciones relacionadas con los grupos de interés; no existe un estado intermedio, por lo que se cumple o no se cumple la estrategia.

Teniendo en cuenta los resultados logrados, se aplican acciones correctivas y de mejora para las estrategias que no han sido implementadas de forma efectiva, es decir, se genera un nuevo plan de acción y al terminar su ejecución se efectúa de nuevo el sistema de seguimiento y control. Este es un ciclo que se repite constantemente hasta cumplir en la totalidad con las acciones propuestas; esto se ve reflejado en un sistema de Responsabilidad Social Empresarial apropiado y conveniente para el Hotel Campestre el Danubio.

8. CONCLUSIONES

Al culminar el presente trabajo de grado y cumpliendo de forma específica con cada uno de los objetivos planteados durante el proceso de investigación se puede concluir:

El hotel Campestre el Danubio se enfrenta a uno de los más grandes retos en su proceso de desarrollo y este se da en gran medida en gestionar o poder lograr la implementación de las estrategias que se manifiestan en el plan de acción del presente trabajo de grado; esto teniendo en cuenta que las organizaciones en sus disposiciones de crecimiento no involucran de forma significativa el concepto de Responsabilidad Social Empresarial observando como principal limitante el desconocimiento por parte de sus dirigentes de la norma GTC-180 (Guía Técnica Colombiana).

Esta es una guía de carácter voluntario, y por ende las organizaciones no están obligadas a implementarla. Esta norma contiene recomendaciones en prácticas de responsabilidad social, y busca la adopción de los principios de respeto a la dignidad de la persona, incluye la ética responsable, la mejora continua desde el punto de vista de la RSE y el desarrollo humano integral.

Se determinaron las grandes oportunidades que tiene el Hotel teniendo en cuenta el potencial turístico de la zona, buscando minimizar las debilidades para así potencializar las fortalezas y anticipar las posibles amenazas a las que podría hacer frente. Esto se realizó con la ayuda del encargado del Hotel Campestre el Danubio a quien se entrevistó con la ayuda de una serie de preguntas, de las cuales salieron a relucir aspectos positivos y negativos que la organización debe afrontar en su disposición de convertirse en una empresa socialmente responsable.

Para el hotel el lograr involucrar a sus grupos de interés dentro del desarrollo socialmente responsable que desea, se convierte en la oportunidad de afianzar su plan estratégico y lograr cambiar la imagen deteriorada con la que cuenta en la actualidad. Teniendo en cuenta que la influencia que ejercen los mencionados grupos de interés y el poco conocimiento con el que cuenta la organización en todo lo relacionado a la Responsabilidad Social Empresarial limitan el poder ejecutar acciones que benefician a los grupos interesados.

La posición frente a su competencia la deja en desventaja no solo por el crecimiento que presentan las demás organizaciones; también al observar y de conformidad con la norma de Responsabilidad Social Empresarial se evidencia que el Hotel Campestre el Danubio implementa estrategias que de forma involuntaria desarrolla y a las cuales no les evalúa para determinar su impacto. Es decir, que desconoce la normatividad existente, no obstante si es un agente de cambio e implementa algunas estrategias a las que debe evaluar y controlar periódicamente.

Para gestionar un autodiagnóstico confiable se utilizaron herramientas de análisis tanto internas como externas, con el fin de lograr vislumbrar las falencias con las que el Hotel Campestre el Danubio cuenta; dentro de dichas herramientas utilizadas están la observación no participante como parte fundamental del proceso, seguido de entrevistas a cada uno de los grupos involucrados en la investigación.

Para dar solución a las carencias del Hotel Campestre el Danubio en relación a la Responsabilidad Social Empresarial se formulan una serie de programas o estrategias que buscan beneficiar a sus colaboradores y permitirles su crecimiento personal y profesional. Así mismo, se plantea un sistema que examina los pasos a seguir para lograr la sostenibilidad en el ámbito social y ambiental en relación a sus proveedores y lo más importante en relación a sus clientes.

El plan de acción se enmarca en la necesidad suscitada por los grupos de interés y en la oportunidad que se presenta para el hotel de convertirse en una de las primeras organizaciones que de forma específica gestiona dentro de su plan de progreso un sistema de Responsabilidad Social Empresarial.

El modelo de evaluación y control tiene como propósito hacer un seguimiento a las estrategias propuestas dentro del plan de acción y a los lineamientos con los que se define su ejecución, esto con el ánimo de obtener evidencia de si se están cumpliendo en el tiempo dispuesto para ello.

9. RECOMENDACIONES

Este apartado tiene como objetivo generar sugerencias e ideas que complementen el estudio realizado, con el propósito de lograr la implementación del sistema de Responsabilidad Social Empresarial en todos los ámbitos tratados, así mismo proporcionar un punto de partida para la dirección y el equipo de trabajo del Hotel Campestre el Danubio. Las recomendaciones planteadas son:

Llevar a cabo la ejecución y desarrollo del sistema de Responsabilidad Social Empresarial para el hotel campestre el Danubio propuesto en el presente trabajo de grado; implementando las estrategias propuestas en el plan de acción (véase página 125), así mismo realizando las evaluaciones de estas.

Realizar capacitaciones a los empleados en materia de Responsabilidad Social Empresarial, tales como cursos orientados en el cuidado del medio ambiente con prácticas de ahorro y reciclaje, formación en primeros auxilios y trabajo en alturas, actividades prácticas orientadas a los grupos sociales; así se obtiene el conocimiento necesario para ejecutar el sistema propuesto de forma adecuada.

Implementar políticas de ahorro y reciclaje, que promuevan el uso eficiente de los recursos, al igual que el cuidado y la conservación del medio ambiente; esto se puede lograr con la utilización de luces de bajo consumo, aprovechar el agua lluvia para diversas actividades, empleo de contenedores clasificadores de basuras, además de la divulgación de estas políticas a empleados y clientes.

Integrar a los clientes con las prácticas responsables que desarrolle el hotel, esto se logra transmitiendo información sobre las actividades que realiza el hotel en materia de Responsabilidad Social Empresarial, con la intención de sensibilizar a los clientes en este ámbito y lograr su cooperación. De esta forma se produce un gran avance en la implementación del sistema, lo que trae como resultado el consumo responsable por parte de los huéspedes.

Vincular el hotel en proyectos sociales relacionados con la comunidad y con los más desfavorecidos de la ciudad, acciones altruistas con escuelas, parroquias, niños y adolescentes, adultos de la tercera edad; estas acciones se realizan con el fin de generar interés y apoyo al bien colectivo.

Conceder mayor interés al recurso humano, escuchar sus opiniones e ideas, otorgar permisos cuando los requieran por justas causas, motivar al personal por medio de un plan de incentivos ya sean estos monetarios o no monetarios; se deben valorar los empleados, puesto que en sus manos se encuentra la calidad del servicio proporcionado y son un pilar fundamental para el progreso del hotel.

Ejecutar las estrategias DOFA propuestas en el presente trabajo de grado (véase página 69), las cuales buscan contrarrestar los aspectos internos y externos

negativos por medio de los aspectos internos y externos positivos. Con la ayuda del equipo de trabajo se logra la efectividad de estas estrategias, por lo tanto la mejora del hotel.

Desarrollar ideas y estrategias con base en el estudio realizado en el sector hotelero (véase página 89), teniendo en cuenta las ventajas y desventajas que posee el hotel; las cuales se deben potenciar y contrarrestar respectivamente, para generar un valor agregado para el hotel, que lo sitúen en una mejor posición frente a su competencia a nivel regional.

Invertir en proyectos de investigación, desarrollo e innovación; para esto se debe contratar personal experto en estas áreas que guíen el proceso, igualmente los directivos deben proveer los recursos necesarios para la ejecución de estos proyectos, los cuales generan mejoras en la productividad y la competitividad del hotel.

Establecer un equipo de trabajo interno comprometido, cuya función es liderar la implementación del sistema de Responsabilidad Social Empresarial, este equipo debe estar conformado por empleados de todas las áreas, de esta forma se obtiene una percepción completa del hotel. Los representantes de este equipo de trabajo deben comunicar a todo el personal la información tratada, así mismo los cambios, las medidas adoptadas y todo lo concerniente al sistema de RSE.

Verificar constantemente el sistema de Responsabilidad Social Empresarial por medio del seguimiento y control sugerido (véase página 135); para esto se debe aplicar dicha evaluación, así se conoce el estado en el que se encuentra el proceso de implementación del sistema, si es necesario mejorar algunas estrategias del plan de acción para evitar posibles desviaciones que ocasionen una regresión en el proceso.

El presente trabajo de grado deja abierta la posibilidad de realizar una nueva investigación tomando como referencia los análisis y procesos investigativos que se llevaron a cabo. El campo de estudio en el tema de Responsabilidad Social Empresarial es muy extenso y ofrece la posibilidad de abarcar otros temas que permitan alcanzar la mejora continua.

BIBLIOGRAFÍA

BATEMAN, Thomas y SNELL, Scott. Administración: un nuevo panorama competitivo. México: McGraw Hill, 2005. p. 151.

BLÁZQUEZ, Félix; DORTA, José Andrés y VERONA, María concepción. Concepto, perspectivas y medida del Crecimiento empresarial. Cuadernos de Administración. 2006.

CANCINO DEL CASTILLO, Christian y MORALES PARRAGUÉ, Mario. Responsabilidad social empresarial. Universidad de Chile, facultad de economía y negocios, 2008. p. 16, 17, 19, 20, 23, 24, 26, 27, 28, 30, 32, 35, 37, 39, 41, 45.

CAPÍTULO 12 - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL - GUÍA LEGAL 2016. p.156. 160.

CARROLL, Archie. The pyramid of Corporate Social Responsibility Toward the moralmanagement of Organizational Stakeholders. Indiana: Elsevier inc., 1991. p. 39-40.

Constitución política de Colombia. Título II. Cap. 3.

CORREA JARAMILLO, Juan Guillermo. Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. Semestre económico-universidad de Medellín, 2007. p. 90, 91, 92, 93.

DAFT, Richard. Teoría y diseño organizacional. México: Cengage learning, 2000. p. 147-148

FERNÁNDEZ, Ana Isabel; GARCÍA, Rafael María y VENTURA, Juan. Análisis del crecimiento sostenible por los distintos sectores empresariales. Documento de trabajo de la Universidad de Oviedo, 1988. p. 3.

FREEMAN, Edward. Strategic Management. Boston: Cambridge University Press, 1984. p. 46

GARCÍA, Julio y CASANUEVA ROCHA, Cristóbal. Prácticas de la Gestión Empresarial. Madrid: McGraw Hill, 2001. p. 3.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología de la investigación. 4 ed. México: McGraw-Hill interamericana, 2006. p. 8, 9, 205, 207, 208, 241, 588, 597, 706, 708.

JOHANSEN BERTOGLIO, Oscar. Introducción a la teoría general de sistemas. México: Limusa, 2000. p. 19, 21, 26, 43, 54, 56, 57, 59, 63, 66, 68, 69, 71, 73, 75, 77, 79, 82, 95, 98, 104, 116, 121, 126, 127, 129, 149.

MELO, Jenny; SÁNCHEZ, Karem y GARCÍA, Mónica. Responsabilidad social empresarial desde la gestión humana. 2011. p. 54.

MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación. Colombia: McGraw-Hill interamericana, 2001. p. 143, 144.

MURILLO VARGAS, Guillermo, et al. Teorías clásicas de la organización y el management. Colombia: Ecoe ediciones, 2007. p. 15, 16.

PALLARES, Zoilo; ROMERO, Diego y HERRERA, Manuel. Hacer Empresa: Un Reto. 4 ed. Bogotá: Fondo Editorial Nueva Empresa, 2005. p. 41.

PORTER, Michael y KRAMER, Mark. Estrategia y sociedad. Estados unidos: universidad de Harvard, 2006. p. 15

Resolución 2674 del 2013. Decreto 3075 de 2013

SERNA GÓMEZ, Humberto. Gerencia estratégica. Teoría – Metodología. Alineamiento, implementación y mapas estratégicos. Índices de gestión. 10 ed. Bogotá, D.C.: 3R Editores, 2008. p. 150, 153, 168, 174, 188.

WEBGRAFÍA

Código de comercio. [En línea] 2016. [Citado 08-nov-2016]. Disponible en internet: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

Colombia es “realismo mágico” para los turista. [En línea]. 2015. [Citado 30-oct - 2016] Disponible en internet: <http://www.dinero.com/economia/articulo/el-turismo-impulsa-economia-colombia-2015/212909>

Colombia rompe record en llegada de turistas en 2017. [En línea]. 2018. [Citado 12-feb-2018] Disponible en internet: <http://www.dinero.com/pais/articulo/record-de-turistas-en-colombia-2017/255180>

Definiciones de las palabras del glosario. [En línea] [Citado 04-03-2018]. Disponible en internet: <https://www.significados.com>

Definiciones de las palabras del glosario. [En línea] [Citado 04-03-2018]. Disponible en internet: <http://dle.rae.es>

Definiciones de las palabras del glosario. [En línea] [Citado 04-03-2018]. Disponible en internet: <https://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-93439.html>

Diagrama de las 5 fuerzas de Porter. [En línea]. [Citado 12-feb-2018] Disponible en internet: <http://www.5fuerzasdeporter.com>

En febrero, crecimiento del sector hotelero de Colombia se mantuvo en alza. [En línea]. 2016. [Citado 03-nov-2016]. Disponible en internet: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=36391>

La responsabilidad social como actor fundamental en el crecimiento empresarial y de la sociedad. [En línea] 2010 [Citado 28-sep-2016]. Disponible en internet: <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/463/1/MorenoMartinJohn2010.pdf>

Los 10 mejores países para viajar en el 2017, según Lonely Planet. [En línea]. 2016. [Citado 30-oct-2016] Disponible en internet: <http://www.lonelyplanet.es/blog-los-10-mejores-paises-para-viajar-en-el-2017-segun-lonely-planet-805.html>

Modelo de análisis para la implementación de un programa de RSE. [En línea]. [Citado 18-jul-2017]. Disponible en internet: http://www.gestionhumana.com/gh4/IdentificaEmpresa.asp?Siga=/gh4/BancoConocimiento/M/modelo_de_rse/modelo_de_rse.asp

NTS – alojamiento y hospedaje. [En línea]. 2014. [Citado 11-nov-2016] disponible en internet: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=3257>

Perfiles por departamento triangulo del café. [En línea]. [Citado 07-nov-2017]. Disponible en internet: http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/triangulo_del_cafe.pdf

Ranking 2015 líderes industria hotelera de Colombia. [En línea]. 2016. [Citado 03-nov-2016]. Disponible en internet: <http://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/Ranking-2015-lideres-industria-hotelera-de-Colombia.html>

Tendencia hoteleros para 2016. [En línea]. 2016. [Citado 03-nov-2016]. Disponible en internet: <http://www.winhotelsolution.com/es/blog/software-hotel/tendencias-hoteleros-2016/>

ANEXOS

Anexo A. Trabajo de campo

Realización del autodiagnóstico

El día 18 de julio del 2017 se llevó a cabo una reunión con el señor Mauricio Echeverry administrador del Hotel Campestre El Danubio, la cual se realizó en el mall de comidas del centro comercial Santiago plaza a las 9:00 am; el objetivo de esta reunión fue realizar el autodiagnóstico del modelo de análisis del programa de Responsabilidad Social Empresarial, de esta forma se conocieron los elementos fuertes y débiles en cuanto a los grupos de interés que involucra la RSE del hotel. La reunión tuvo una duración de una hora y se logró realizar el autodiagnóstico, el cual arrojó buenos resultados pero con factores en los cuales se deben mejorar las prácticas del hotel, esta guía se empleó para llevar a cabo los objetivos del presente trabajo.

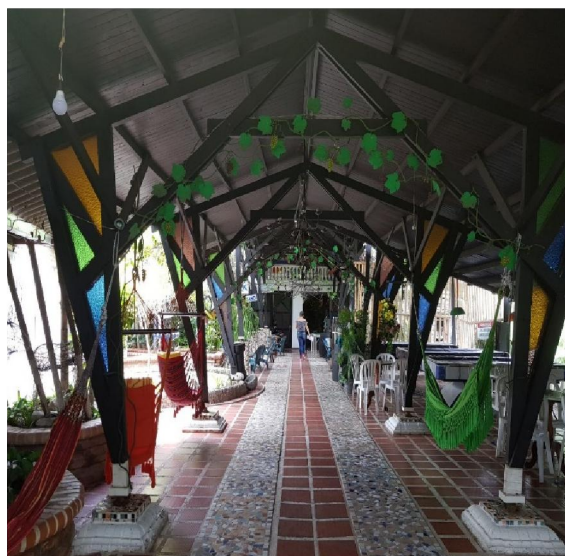
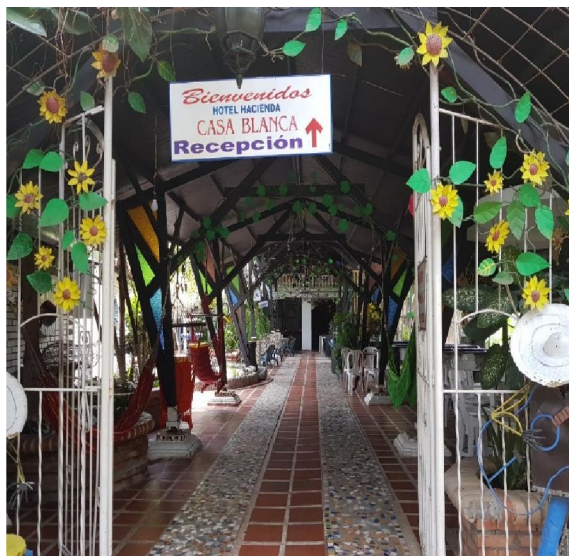
Visita al Hotel Casa Blanca

El día 11 de septiembre del 2017 se hizo una llamada al Hotel Casa Blanca para hablar del proyecto que se está llevando a cabo y pedir autorización para realizar la entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial; ellos dieron un visto bueno pero con la autorización de realizarla en los primeros días del mes de octubre. El día 02 de octubre se llama de nuevo al Hotel Casa Blanca para concretar la cita para la realización de la entrevista, la cual fue asignada para el día 04 de octubre.

El día 04 de octubre del 2017 se realizó la visita al Hotel Casa Blanca de La Unión Valle del Cauca, la entrevista fue dirigida a la señora Viviana Jiménez quien es la encargada de los servicios del hotel, la entrevista tuvo una duración de 1 hora; esta trató temas sobre Responsabilidad Social Empresarial y el compromiso con el medio ambiente, los trabajadores, la comunidad, el servicio prestado a los clientes; con el fin de conocer la influencia que tiene el hotel hacia sus grupos de interés.

La influencia del hotel es buena, y a pesar de no contar con el sistema de Responsabilidad Social Empresarial si consideran de gran importancia todo lo relacionado con el tema, por esta razón el servicio que brindan a los clientes es de muy buena calidad, así como el compromiso con los colaboradores, el interés hacia la comunidad y las buenas prácticas con el medio ambiente. Esta entrevista se realizó con muy buena disposición por parte de los encargados del hotel y con gran cordialidad.

Fotografía 1. Entrada del Hotel Casa Blanca



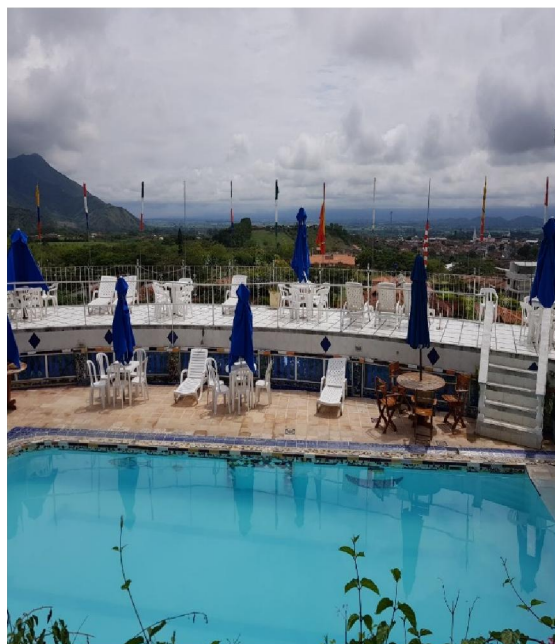
Fuente: Gil, C., tomada en octubre 04 del 2017

Fotografía 2. Entrevista a la señora Viviana Jiménez encargada del Hotel Casa Blanca



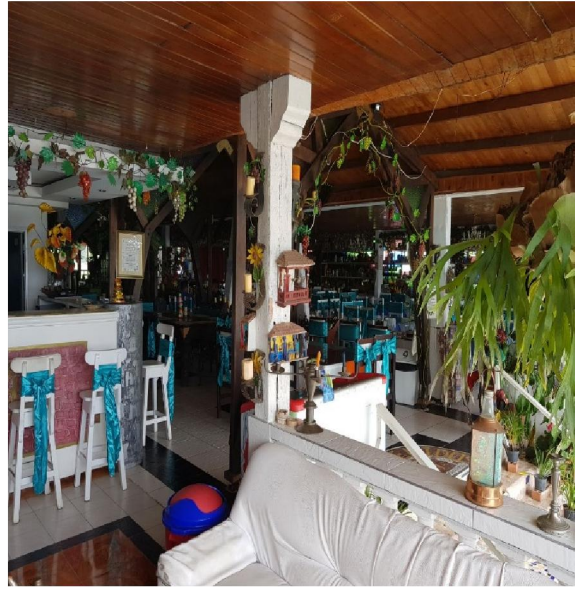
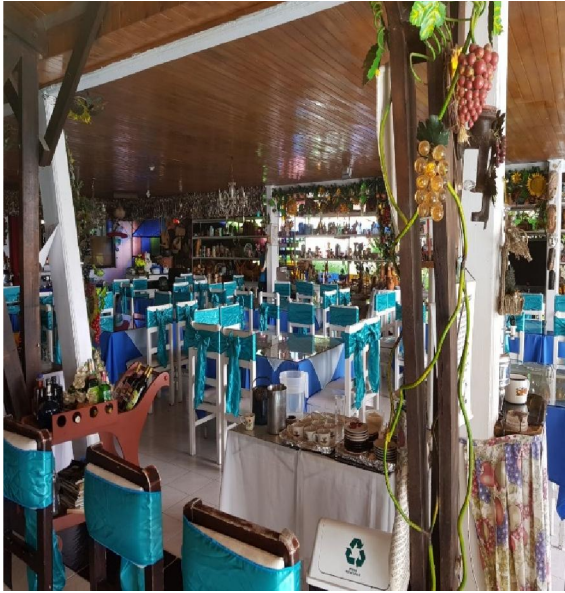
Fuente: Gil, C., tomada en octubre 04 del 2017

Fotografía 3. Área de la piscina del Hotel Casa Blanca



Fuente: Gil, C., tomada en octubre 04 del 2017

Fotografía 4. Área del comedor del Hotel Casa Blanca



Fuente: Gil, C., tomada en octubre 04 del 2017

Visita al Hotel Villa Zaragoza

El día 20 de octubre del 2017 se realizó una llamada al Hotel Villa Zaragoza para solicitar una cita para la entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial, la cual fue aceptada por parte de ellos y fue asignada para el día 25 de octubre.

El día 25 de octubre se realizó la visita al Hotel Villa Zaragoza de la ciudad de Cartago, se hizo una introducción del proyecto al señor Cristian Bedoya administrador del hotel, quien solicito enviar a su correo la entrevista para conocerla con anticipación y dejar la entrevista para otro día, esta visita tuvo una duración de 30 minutos. Este mismo día se envió la entrevista al señor Cristian esperando su respuesta para una nueva cita.

El día 27 de octubre la señora Lady Noreña gerente de medios del Hotel Villa Zaragoza envió la entrevista con las respectivas respuestas. Se pudo conocer que en el Hotel Villa Zaragoza realizan prácticas ambientales de reciclaje para lo cual capacitan a sus trabajadores en el tema, además de verificar el origen de sus materias primas, las cuales deben ser amigables con el medio ambiente; a pesar de no realizar actividades de bienestar para la comunidad si los tienen en cuenta para los empleos. Las personas encargadas del Hotel Villa Zaragoza fueron muy amables y brindaron su ayuda a pesar de las ocupaciones que tenían en esos días.

Fotografía 5. Entrada del Hotel Villa Zaragoza



Fuente: Gil, C., tomada en octubre 25 del 2017

Fotografía 6. Dialogo con la señora Lady Noreña



Fuente: Bedoya, C., tomada en octubre 25 del 2017

Fotografía 7. Instalaciones del Hotel Villa Zaragoza



Fuente: Gil, C., tomada en octubre 25 del 2017

Visita a la Acuagranja Pescalandia

El día 20 de octubre de 2017 se realizó la llamada a la Acuagranja Pescalandia con el propósito de obtener una cita para realizar la entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial, se explicó al administrador el objetivo del proyecto pero el manifestó que salía de vacaciones y no estaba interesado en el tema, por lo cual no se logró incluir en el trabajo a la Acuagranja Pescalandia.

Visita al Centro Turístico Míster Mojarra

El día 20 de octubre del 2017 se hizo la llamada al Centro Turístico Míster Mojarra solicitando una cita para realizar la entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial, la cual fue asignada para el día 27 de octubre.

El día 27 de octubre se realizó la entrevista al señor Juan Carlos Velázquez administrador del Centro Turístico Míster Mojarra, esta entrevista tuvo una duración de 1 hora y 30 minutos; el señor Juan Carlos facilitó toda la información requerida en la entrevista, de esta forma se conoció que no tienen implementado el sistema de Responsabilidad Social Empresarial, pero llevan a cabo buenas prácticas con el medio ambiente como lo es el reciclaje para luego darlo en donación, la buena disposición final del aceite de cocina; la capacitación de sus trabajadores en temas de reciclaje, seguridad y salud en el trabajo. Hubo una gran colaboración por parte señor Juan Carlos logrando así un buen desarrollo de la entrevista.

Fotografía 8. Entrada del Centro Turístico Míster Mojarra



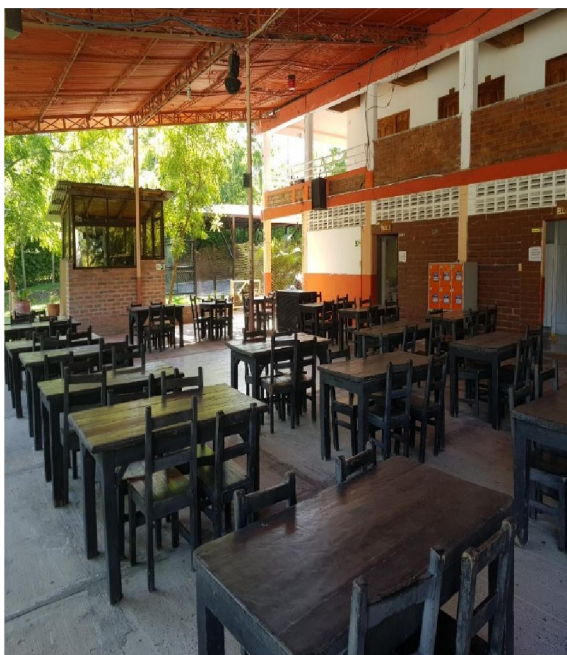
Fuente: Gil, C., tomada en octubre 27 del 2017

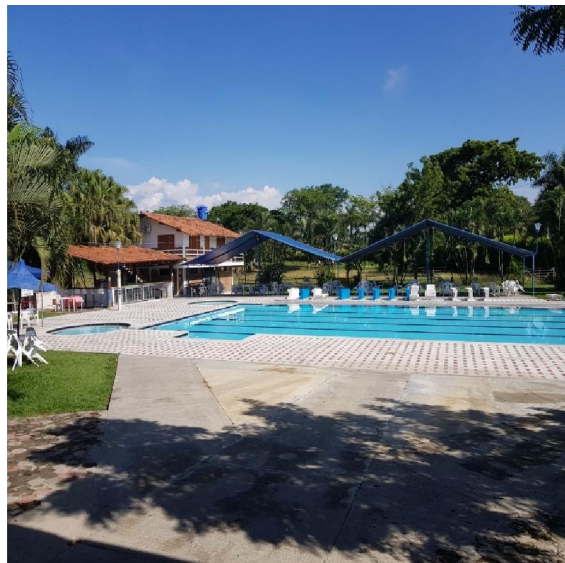
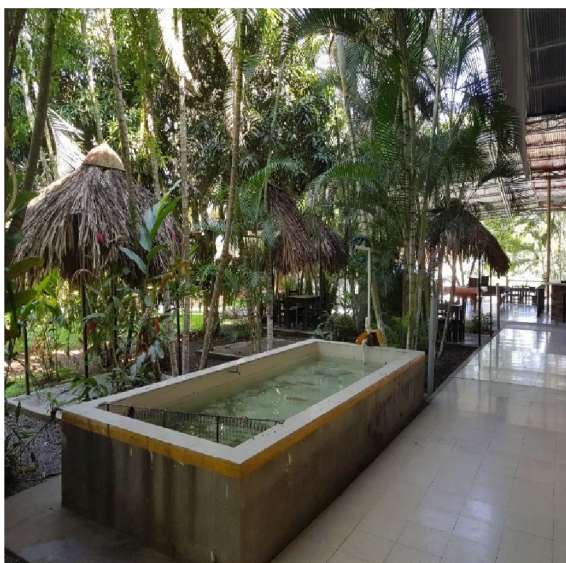
Fotografía 9. Entrevista al señor Juan Carlos Velázquez administrador del Centro Turístico Mister Mojarra



Fuente: Giraldo, J., tomada en octubre 27 del 2017

Fotografía 10. Instalaciones del Centro Turístico Mister Mojarra





Fuente: Gil, C., tomada en octubre 27 del 2017

Visita a la comunidad a Cruces

El día 25 de septiembre del 2017 se llamó al señor Fernando Serna líder de la junta de acción comunal de Cruces, comunidad vecina del Hotel Campestre El Danubio, donde se concretó con él una cita para el día 27 de septiembre.

El día 27 de septiembre se hizo una reunión con el señor Fernando la cual tuvo una duración de 30 minutos, donde se le dio a conocer el proyecto y él accedió a prestar su ayuda para la realización de las entrevistas a la comunidad, se dejó todo organizado para la fecha 06 de octubre.

El día 06 de octubre se realizaron 21 entrevistas a los habitantes de la comunidad de Cruces, estas fueron las personas que respondieron al llamado que se les hizo con anterioridad para llevar a cabo la aplicación del instrumento de recolección de información, la cual se efectuó con el propósito de conocer las opiniones acerca del Hotel Campestre El Danubio y la imagen que tienen sobre este.

Primero se hizo una introducción sobre Responsabilidad Social Empresarial para que las personas conocieran del tema y las implicaciones que trae consigo; después se procedió a la aplicación de la entrevista y resolución de dudas, por último se compartió un refrigerio; toda la actividad tuvo una duración de dos horas. Se pudo conocer que las personas no conocen del tema, pero con lo poco que entendieron en la explicación dada coinciden en que el hotel debe enfocarse más en la comunidad, puesto que no han realizado actividades con ellos y sienten que no son tomados en cuenta; además manifestaron que no reciben impactos negativos por parte del hotel.

Fotografía 11. Introducción sobre Responsabilidad Social Empresarial a la comunidad de Cruces



Fuente: Gil, C., tomada en octubre 06 del 2017

Fotografía 12. Entrevistas realizadas a la comunidad Cruces



Fuente: Pulgarín, M., tomada en octubre 06 del 2017

Asistencia de las personas que participaron en las entrevistas de la comunidad de Cruces

CONTROL DE ASISTENCIA				
NOMBRE DEL EVENTO: Aplicación de Entrevistas Comunidad de Cruces.				FECHA: 06 Octubre 2017
NOMBRE	CARGO / CATEGORÍA / IDENTIFICACIÓN	DEPENDENCIA / PLAN DE ESTUDIOS / INSTITUCIÓN	TELÉFONO / EXT.	CORREO ELECTRÓNICO
M. ISABEL AENA CASTAÑO	98091220919			
Lady DORADO DOMÍNGUEZ				
Luisa Palma				
Rosa María García				
Luz Day Tejada	31421232			
Patricia Cardozo				
Chus Romero				
Luís Fernando Soto	1002456720	J.A.C.		

F-01-12-01
V-05-2014

Si desea una versión digital del formulario, una vez esté diligenciado utilice los programas "pdfcreator" o "Dopdf", los cuales le permitirán convertir el archivo a pdf y así podrá guardarlo.

Elaborado Por: Área de Cultura y Movimiento
Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional

CONTROL DE ASISTENCIA				
NOMBRE DEL EVENTO: Aplicación de Entrevistas Comunidad de Cruces.				FECHA: 06 Octubre 2017
NOMBRE	CARGO / CATEGORÍA / IDENTIFICACIÓN	DEPENDENCIA / PLAN DE ESTUDIOS / INSTITUCIÓN	TELÉFONO / EXT.	CORREO ELECTRÓNICO
Juan Freddy López				
Luz areli Z costarillo				
Mercedes sanchez				
Alisia chomoso				
Juan Pablo García				
Quirico Antonio Velasco				
Antonio Mejía López				
Carla Corrao Alana				
Marcela Valenzuela				
Edwin Cortez Restrepo				
Rosalba Restrepo				
Rosa Arminda Delgado				
KATHERINE BEDOYA				

F-01-12-01
V-05-2014

Si desea una versión digital del formulario, una vez esté diligenciado utilice los programas "pdfcreator" o "Dopdf", los cuales le permitirán convertir el archivo a pdf y así podrá guardarlo.

Elaborado Por: Área de Cultura y Movimiento
Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional

Visita al Hotel Campestre el Danubio para la realización de la matriz DOFA

Se tenía prevista una reunión con el señor Mauricio Echeverry administrador del Hotel Campestre el Danubio para el día 31 de octubre de 2017, la cual se aplazó para el día 02 de noviembre y posteriormente para el día siguiente por compromisos laborales del señor Mauricio Echeverry. Esta reunión se efectuó el día 03 de noviembre de 2017 a las 9:00 am y dando finalización a la misma a las 11:00 am. En esta reunión se logró conocer más aspectos internos y externos del hotel para realizar la matriz DOFA, además se dio a conocer la entrevista que se pretendía realizar a los empleados sobre Responsabilidad Social Empresarial, para lo cual se accedió a su ejecución a partir del día 07 de noviembre de 2017.

Fotografía 13. Dialogo con el señor Mauricio Echeverry administrador del Hotel Campestre el Danubio



Fuente: Gil, C., tomada en noviembre 03 del 2017

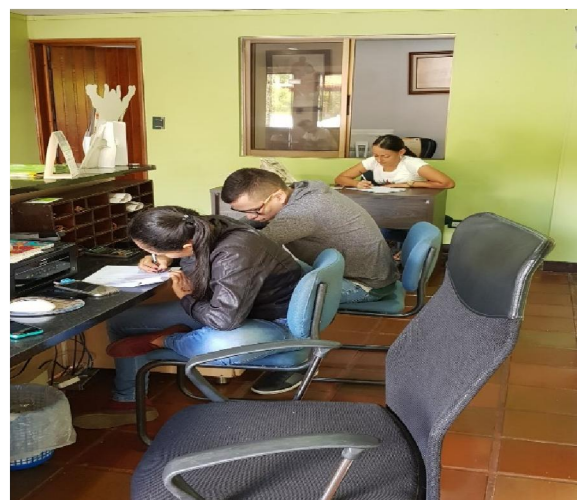


Fuente: Pulgarín, M., tomada en noviembre 03 del 2017

Visita al Hotel Campestre el Danubio para la aplicación de las entrevistas a los empleados

El día 10 de noviembre del 2017 se realizó la aplicación de las entrevistas a los empleados del Hotel Campestre El Danubio; se hicieron 9 entrevistas, las cuales se realizaron entre las 8:30 am y las 11:00 am, otras de las entrevistas se realizaron entre las 2:30 pm y las 5:00 pm. Con la ayuda de estas entrevistas se logró obtener información de fuentes primarias que conocen muy bien el funcionamiento del hotel, así expresan sus opiniones sobre los temas concernientes con la Responsabilidad Social Empresarial. La mayoría de los empleados estuvieron dispuestos a colaborar, por el contrario algunos prefirieron no dar sus opiniones, por lo cual se tomó una muestra para la aplicación de este instrumento.

Fotografía 14. Entrevistas realizadas a los empleados del Hotel Campestre el Danubio





Fuente: Gil, C., tomada en noviembre 10 del 2017



Fuente: Pulgarín, M., tomada en noviembre 10 del 2017

Asistencia de los empleados del Hotel Campestre el Danubio

CONTROL DE ASISTENCIA				
NOMBRE DEL EVENTO: <u>Aplicación de entrevistas Hotel Campestre el Danubio</u>				FECHA: <u>10 NOVIEMBRE 2017</u>
NOMBRE	CARGO / CÓDIGO / IDENTIFICACIÓN	DEPENDENCIA / PLAN DE ESTUDIOS / INSTITUCIÓN	TELÉFONO / EXT.	CORREO ELECTRÓNICO
Katherine Betancourt	AUXILIAR CONTABLE		316545165	ledospina1462@hotmail.com
LEON JHONATAN OSPINA DÍAZ	ADM. EMPRESAS		3113255288	
Claudio Alvarez	ADM. EMPRESAS		3155093596	alvarezclaudio391@gmail.com
Alexandra Cardona	ADM. EMPRESAS		321411117	alexandrac33@outlook.com
ANDRÉS GONZÁLES	MANTENIMIENTO		312224462	Parador03@gmail.com
Daniel Giraldo	CM		30232094	daniel.giraldo.94@gmail.com
Fernando HERNÁNDEZ	Dir. Comercial		305611041	comercial@grupogelo.com
Gustavo Sánchez	Dir. Ejecutivo		30461511	gustavo.sanchez@gmail.com
Ana María Bohannon	Coordinadora		311997268	anam-519@hotmail.com
Verónica Molina	Enfermera		311345333	gonkysvero18@hotmail.com
Juan Carlos Castro Ortiz	Chef		3004767162	Chefjuancarloscastroortiz@outlook.es
Olivia Alejandra López	Recepcionista	311620345	311620345	olivia.lopez@unimail.com

F-01-12-01
V-05-2014

Si desea una versión digital del formulario, una vez esté diligenciado utilice los programas "pdfcreator" o "Docpdf", los cuales le permitirán convertir el archivo a pdf y así podrá guardarlo.

Elaborado Por: Área de Calidad y Mejoramiento
Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional

Visita al Hotel Campestre el Danubio para la aplicación de las entrevistas a los clientes

Se llevó a cabo la aplicación de las entrevistas a los clientes del Hotel Campestre El Danubio, se realizaron 10 entrevistas a los huéspedes que estaban disfrutando de su estancia en el hotel el día 7 de enero de 2018 entre las 9:00 am y las 12 m, el día 14 de enero de 2018 entre las 2:00 pm y las 5:00 pm, el día 21 de enero de 2018 entre las 9:00 am y las 12 m y el día 28 de enero de 2018 entre las 2:00 pm y las 5:00 pm.

Esta herramienta de recolección de información de aplico con el fin de conocer la percepción que tienen los clientes sobre el servicio, el personal operativo y administrativo, las instalaciones, la actuación del hotel en relación con sus grupos de interés y el compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial. Los usuarios fueron muy amables en compartir sus opiniones positivas y negativas, igualmente las experiencias que han vivido en el hotel. Además proporcionaron ideas de mejora para que los directivos pongan en funcionamiento con ayuda del personal y así lograr un avance en la implementación del sistema de Responsabilidad Social Empresarial.



Asistencia de los clientes del Hotel Campestre el Danubio

164

Fotografía 16. Instalaciones del Hotel Campestre el Danubio





Fuente: Gil, C., tomada en noviembre 10 del 2017

Socialización trabajo de grado

El día 01 de mayo del 2018 a las 7:32 am se realizó una reunión con el señor Cristian Osorio quien es el nuevo administrador del Hotel Campestre el Danubio; el objetivo de esta reunión fue dar a conocer el presente trabajo de grado, se dio una explicación general del proceso de investigación que se hizo, adicionalmente se expuso la propuesta para la implementación del sistema de Responsabilidad Social Empresarial y las respectivas estrategias con su sistema de seguimiento y control.

El señor Cristian manifestó su agradecimiento por el estudio realizado y el aporte que se brindó al hotel, así mismo expreso su opinión frente al trabajo la cual fue muy

favorable, comentando que es un trabajo muy completo y de excelente calidad. Esta reunión finalizo a las 8:18 am, se acordó con el señor Cristian la entrega del trabajo de grado después de la sustentación del mismo.

Fotografía 17. Socialización del trabajo de grado



Fuente: Gallego, C., tomada en mayo 01 del 2018

Acta de la reunión de socialización del trabajo de grado

Cartago (Valle), Mayo 01 de 2018

Hotel Campestre el Danubio

Acta Nro. 001/18

Asunto: Constancia de reunión

El día martes 01 de mayo de 2018 a las 7:32 am se llevó a cabo una reunión con el señor Cristian Osorio, quien es el administrador del Hotel Campestre el Danubio. El objetivo de esta reunión fue realizar la socialización del trabajo de grado **"PROPUESTA DE UN SISTEMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA EL HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO DE LA CIUDAD DE CARTAGO - VALLE"**. En esta reunión se dio a conocer la propuesta realizada, iniciando con la introducción y el problema de investigación, seguido de los diagnósticos realizados y el plan de acción con su respectivo sistema de seguimiento y control; así mismo se presentaron las conclusiones y recomendaciones.

Por último se entregó al señor Cristian un informe que contiene un resumen de lo expuesto en la reunión. Posterior a esto, se llevó a cabo la firma de la asistencia y de la carta aval en la que el hotel manifiesta los agradecimientos por el trabajo de investigación realizado. La reunión se da por finalizada a las 8:18 am.

Para constancia se adjuntan las firmas correspondientes de los asistentes a dichas reunión en el control de asistencia.

[illegible]

Carta aval del Hotel Campestre el Danubio al trabajo de grado

Cartago (Valle), Mayo 1 del 2018.

Señores.

Universidad del Valle, Sede Cartago.

Programa de Administración de empresas

Coordinador Orlando Posada Orrego.

ASUNTO: Socialización del trabajo de grado "PROPUESTA DE UN SISTEMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA EL HOTEL CAMPESTRE EL DANUBIO DE LA CIUDAD DE CARTAGO – VALLE"

Cordial saludo:

Para el Hotel Campestre el Danubio es de gran importancia resaltar el trabajo realizado por los estudiantes: Marisol Pulgarin Colorado y César Augusto Gil Barahona. Por tal motivo, queremos agradecerles por el documento que le dejan a la organización, el cual sin duda será de gran ayuda y contribuye para el mejoramiento continuo del Hotel.

Cordialmente.


Gerente. 1.112763697

Anexo B. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Casa Blanca de La Unión, Valle del Cauca



ENTREVISTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Fuente: Elaboración propia

Trabajo de grado “Propuesta de un sistema de Responsabilidad Social Empresarial para el Hotel Campestre El Danubio de la Ciudad de Cartago – Valle”

Este instrumento de recolección de datos contiene un conjunto de preguntas que tienen como objetivo recopilar información sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Casa Blanca de La Unión, Valle del Cauca; dicha entrevista está orientada al líder de la organización, con el propósito de conocer la opinión que poseen frente a las acciones que realiza el hotel para llevar a cabo la RSE con sus grupos de interés.

Entrevista realizada el día 04 de octubre del 2017 por la estudiante Marisol Pulgarín Colorado a la señora Viviana quien es la encargada de los servicios del Hotel Casa Blanca.

ENTREVISTADOR: Bueno, buenos días nos encontramos con la señora Viviana ella es la encargada de los servicios del Hotel Casa Blanca en La Unión Valle del Cauca y vamos a realizar una entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial.

La primera pregunta es: ¿cómo se percibe la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Casa Blanca?

ENTREVISTADO: “Bueno muy buenos días nosotros acá en el hotel somos conscientes que es muy importante la responsabilidad, pues para el entorno en el cual nosotros nos desempeñamos, tenemos algunas, algunas prácticas de esas las cuales no están directamente establecidas, pero pues que son muy relacionadas con este concepto y las cuales estamos mejorando cada vez”.

ENTREVISTADOR: La segunda: ¿porque es importante que el Hotel practique la Responsabilidad Social Empresarial?

ENTREVISTADO: “Es muy importante tanto por nuestro clientes externos, nuestros huéspedes, nuestros visitantes como por nuestro mismo circulo de empleados y colaboradores, ya que eh pues mejora la calidad de servicio, la calidad de

convivencia entre nosotros y aparte de eso resalta la importancia que tenemos cada uno de nosotros dentro del funcionamiento del hotel”.

ENTREVISTADOR: Y como gestiona el hotel la responsabilidad con el medio ambiente y de qué forma involucra a sus colaboradores

ENTREVISTADO: “Buenos pues más que todo con el medio ambiente hemos eh tratado de concientizarnos mucho de la importancia que tiene pues eh las buenas prácticas tales como por ejemplo, algo tan sencillo como el, el uso de por ejemplo en las habitaciones se deja las toallas eso es una práctica que nosotros estamos implementando ahorita y se le coloco al huésped un una anotación donde dice que si la persona quiere que le reanude el servicio de toalla al día siguiente la deja sobre el lavamanos y cuando quiere que realmente se cambie totalmente se deja sobre el piso. Son prácticas sencillas que poco a poco que hemos estado como, como siendo consientes para, pues para eh tanto el ahorro de agua tanto eh como le explico la, me enrede, la importancia que tiene ese tipo de ahorros pequeñitos que van a generar un ahorro grande más adelante, este tipo de cosas, también con lo de la basuras también se ha hecho consiente de la parte del reciclaje todo ese tipo de de control”.

ENTREVISTADOR: ¿Que buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial se evidencian el compromiso que tiene el hotel en el bienestar de las personas que se relacionan de alguna forma con la empresa, con el hotel?

ENTREVISTADO: “Bueno en cuanto, en cuanto a las prácticas que tenemos yo sé que tenemos varias eh yo creo que una muestra de ella es pues la atención que se le da al cliente que es pues muy personalizada que tratamos que cada cliente se sienta importante se sienta bien atendido y como un ejemplo en particular tenemos los grupos de la tercera edad que se les presta una atención especial y el día por ejemplo tenemos este tipo de grupos nos dedicamos completamente a ellos y prestamos como ese, ese servicio con mucho agrado, eh en cuanto a los a los colaboradores del hotel manejamos eh el tipo de reuniones y todo eso que integran y que hacen que los hagamos sentir importantes y que son pues fundamentales para el funcionamiento, se trata de programar dos, dos actividades al año donde podamos participar con ellos y sus familias y de esta manera pues tener como ese espaciecito para que, para que ellos puedan, pues eh compartir con ellos”.

ENTREVISTADOR: ¿Cómo es un día de trabajo con la comunidad al interior de la empresa, o sea que practicas o detalles sobresalen en la atención a los clientes?

ENTREVISTADO: “Bueno pues las prácticas que nosotros, como le decía ahorita eh pues como la atención muy personalizada saber que si el cliente viene de pronto cansado, mal humorado por alguna situación, tratar de darle pues un manejo a veces la discreción de pronto la, el buen tacto con ese tipo de clientes, saber que si es un grupo que viene con ánimo de celebrar tiene otro otro tipo de manejo diferente, entonces es como una atención muy personalizada de pronto a cada tipo de cliente

que tenemos y yo creo que hasta el momento nos ha dado muy buen resultado porque tratamos de de solucionar cualquier inconveniente que tengan y los resultados han sido muy satisfactorios en ese sentido”.

ENTREVISTADOR: ¿Que actividades o campañas de bienestar se desarrollan con la comunidad de la zona circunvecina?

ENTREVISTADO: “Bueno en cuanto a nuestros clientes más vecinos por así decirlo eh manejamos eh pues mmm periódicamente algún tipo de promoción que haga que la gente que de pronto no tiene el acceso por decir algo al área de la piscina porque su familia es numerosa, porque su grupo de trabajo es muy grande de pronto no tiene la capacidad económica entonces que haya como ese espaciocito para que la gente pueda decir hay una promoción podamos disfrutar podamos ir a conocer y que, pues que más que los clientes locales para que hagan una buena publicidad y hagan una buena promoción de del lugar”.

ENTREVISTADOR: ¿Qué obstáculos se han presentado en la implementación de las prácticas de responsabilidad social empresarial en el hotel?

ENTREVISTADO: “Bueno esa si no la tengo así como, o sea eh, quizás, de pronto mmm, en cuanto a, en cuanto a nosotros acá como, como grupo operativo o...”

ENTREVISTADOR: Si, pues de que, porque motivo no se ha llevado a cabo de una forma establecida todas estas prácticas, que se comuniquen a los colaboradores, que sea algo muy formal.

ENTREVISTADO: “Ha bueno que sea ya algo como más establecido, si como, como hablábamos ahora ratico de pronto se han efectuado las prácticas pero de manera cómo indirecta y de pronto no se han establecido de pronto por, quizás diría yo que por falta de un poco de conocimiento y de pronto, quizás hasta de tiempo, por el mismo eh corre de del día a día pero son cosas que son muy importantes de implementar para un mejoramiento del servicio”.

ENTREVISTADOR: ¿Que estrategias podría implementar los directivos para que la responsabilidad social empresarial se convierta en parte de la cultura organizacional y sea practicada por los colaboradores?

ENTREVISTADO: “Bueno yo creo que una de las estrategias que podríamos eh implementar serían las capacitaciones, las capacitaciones hacen que, que la calidad del trabajo mejore si, y que eh se tenga como un orden más eh establecido de de que tiene que hacer cada, cada persona en su área de trabajo para un mejor servicio”.

ENTREVISTADOR: ¿Que parte de la Responsabilidad Social Empresarial se puede incorporar como identidad empresarial, es decir, en su misión, en su visión, en los valores?

ENTREVISTADO: “Mmm”.

ENTREVISTADOR: ¿Que parte de la Responsabilidad Social Empresarial se puede incorporar en su misión, en su visión, en sus valores?

ENTREVISTADO: “Eh”.

ENTREVISTADOR: Orientarla.

ENTREVISTADO: “Eh, o sea la satisfacción del cliente totalmente, o sea la satisfacción del cliente, mmm algo con lo cual nosotros de pronto vamos como llevando un poco la delantera a otros lugares que son como nuestra competencia es mmm el manejo de tarifas, el manejo de eh ese tipo de eh de de precios que podemos ofrecer al cliente, que somos asequibles a cualquier tipo de cliente, es decir, acá nos visita desde la persona que de pronto tiene un un presupuesto bajo hasta alguien que de pronto puede pagar cualquier tipo de tarifa y mmm no por eso quiere decir que vayamos a tener un menor servicio siempre estamos eh con el ánimo de satisfacer al cliente que es nuestra misión”.

ENTREVISTADOR: Muchas gracias por su ayuda.

ENTREVISTADO: “Bueno no, con todo gusto, pues eh estamos como les decía ahorita en el hecho de mejorar cada día y es muy importante que ustedes hayan estado hoy aquí visitándonos y dándonos pues a conocer este tipo de prácticas que, que toda empresa debería tener para, para mejorar”.

ENTREVISTADOR: Muchas gracias por la información suministrada.

De la información obtenida en la entrevista se pudo conocer que en el Hotel Casa Blanca aún no se tiene establecido de manera formal un sistema de Responsabilidad Social Empresarial, pero se llevan a cabo prácticas que contribuyen al mejoramiento de los servicios en diferentes aspectos, como es el interno con los empleados y el externo con los clientes, la comunidad y el medio ambiente. Manifiestan un gran compromiso con el medio ambiente y con la satisfacción de los clientes.

Anexo C. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre Villa Zaragoza de Cartago, Valle del Cauca



ENTREVISTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Fuente: Elaboración propia

Trabajo de grado “Propuesta de un sistema de Responsabilidad Social Empresarial para el Hotel Campestre El Danubio de la ciudad de Cartago – Valle”

Este instrumento de recolección de datos contiene un conjunto de preguntas que tienen como objetivo recopilar información sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre Villa Zaragoza de la ciudad de Cartago, dicha entrevista está orientada al líder de la organización con el propósito de conocer la opinión que poseen frente a las acciones que realiza el hotel para llevar a cabo la RSE con sus grupos de interés.

La entrevista se respondió por correo el día 27 de octubre del 2017, fue enviada por la señora Lady Noreña gerente de medios del Hotel Campestre Villa Zaragoza.

1. ¿Cómo se percibe la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre Villa Zaragoza?

En Hotel Campestre Villa Zaragoza entendemos que la RSE no debe ser una filantropía, por eso asumimos una postura responsable de manera activa en relación a nuestra operación.

2. ¿Por qué es importante que el Hotel Campestre Villa Zaragoza practique la Responsabilidad Social Empresarial?

Es importante que el Hotel tenga en cuenta y practique RSE ya que este crea e impulsa el desarrollo sostenible de la comunidad que crea un equilibrio entre el crecimiento económico, bienestar social y el medio ambiente.

3. ¿Cómo gestiona el hotel la responsabilidad con el medioambiente y como involucra los colaboradores?

Para nosotros es importante crear alianzas estratégicas que cuenten con una RSE y estén encaminados hacia el mismo objetivo de desarrollo sostenible. Tratamos de que con las empresas que tengamos una relación, usen productos que aporten al medio ambiente y disminuya la contaminación ambiental. También, buscamos que nuestros colaboradores estén capacitados para realizar un excelente reciclaje y clasificar los desechos del restaurante y hospedaje de manera adecuada para luego ser recogidos por una asociación recicladora.

4. ¿Qué buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial evidencian el compromiso del Hotel Campestre Villa Zaragoza con el bienestar de las personas que se relacionan de alguna manera con la organización?

Para nosotros es vital tener en cuenta y saber que todos somos responsables de nuestros actos y de sus consecuencias. Por esto, contar con una RSE implica el deber de la Empresa asumir por las consecuencias de nuestros actos. Para nosotros, esta es la práctica más importante y esencial.

5. ¿Cómo es un día de trabajo con la comunidad al interior de la empresa, que circunstancias y/o prácticas (detalles, gestos, sonrisas...) sobresalen en la atención a los clientes?

Nuestros clientes y colaboradores son quienes hacen posible la operación del Hotel. Por esto, a nuestros clientes los hacemos sentir en un lugar de descanso donde no se deberán preocupar por nada. Le brindamos el mejor de los tratos a través de un excelente servicio al cliente el cual incluye todo lo relacionado con gestos, habla y detalles. Por otro lado, el día de trabajo incluye crear un ambiente ameno y cómodo para todos los colaboradores de la Empresa, pues entendemos que hacen su esfuerzo para estar con nosotros y brindar lo mejor de ellos.

6. ¿Qué actividades o campañas de bienestar se desarrollan con la comunidad de la zona circunvecina?

Nosotros entendemos que la RSE no es un acto que hace obras de beneficencia, por esto no realizamos campañas con la zona circunvecina. Sin embargo, buscamos que la zona crezca económicamente, razón por la cual siempre tenemos en cuenta a las personas de Zaragoza y Cartago para las vacantes que surjan y las temporadas altas donde se requiere mayor apoyo.

7. ¿Cuáles son los principales obstáculos por los cuales el hotel no ha implementado en sus prácticas la Responsabilidad Social Empresarial?

Inicialmente, no se contaba con RSE en la empresa pues se atravesaban diversos obstáculos. El principal, diríamos nosotros, es de la presión que existe por parte de los accionistas es de obtener beneficios y mostrar resultados rápidos.

8. ¿Qué estrategias podrían implementar los directivos para que la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en parte de la cultura organizacional y sea practicada por los colaboradores?

Es importante que los directivos entiendan que la RSE es un medio mas no un fin para alcanzar los objetivos corporativos y aportar al desarrollo sostenible de la comunidad. Las estrategias de RSE deben ser originales de la empresa y no deberán ser copiadas de otros lados. De esta manera, nosotros capacitamos principalmente a nuestros colaboradores en el tema para que tengan sentido de pertenencia por la Empresa y por la comunidad y se convierta ya en una cultura de nuestra organización.

9. ¿Qué parte de la Responsabilidad Social Empresarial puede incorporarse como identidad empresarial (misión, visión, filosofía...)?

Nuestra misión y valores corporativos son aquellos que van encaminados a cumplir con una RSE. Ya que como empresa, tenemos un rol importante ante la sociedad y ante el entorno en el cual nos desempeñamos.

Con la información suministrada por parte del personal del Hotel Villa Zaragoza se conoció que no tienen implementado el sistema de Responsabilidad Social Empresarial pero van por buen camino y son conscientes de la importancia de tener buenas prácticas, por tal razón capacitan a sus empleados para el reciclaje y clasificación de los residuos; ofrecen un muy buen servicio al cliente donde lo primordial es su agrado y comodidad; además de crear y mantener un buen ambiente de trabajo. Ellos no realizan obras de beneficencia para la comunidad pero los tienen en cuenta cuando se presentan vacantes. Una de sus tareas es cambiar un poco la visión que los directivos tienen sobre la Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de convertirla en una práctica de valor agregado y no como un gasto.

Anexo D. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial en el Centro Turístico Míster Mojarra de Cartago, Valle del Cauca



ENTREVISTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Fuente: Elaboración propia

Trabajo de grado “Propuesta de un sistema de Responsabilidad Social Empresarial para el Hotel Campestre El Danubio de la Ciudad de Cartago – Valle”

Este instrumento de recolección de datos contiene un conjunto de preguntas que tienen como objetivo recopilar información sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el Centro Turístico Míster Mojarra de la ciudad de Cartago; dicha entrevista está orientada al líder de la organización, con el propósito de conocer la opinión que poseen frente a las acciones que realiza el hotel para llevar a cabo la RSE con sus grupos de interés.

Entrevista realizada el día 27 de octubre del 2017 por la estudiante Marisol Pulgarín Colorado al señor Juan Carlos Velázquez administrador del Centro Turístico Míster Mojarra.

ENTREVISTADOR: Buenos días nos encontramos con el señor Juan Carlos Velázquez, él es el administrador del Centro Turístico Míster Mojarra y nos disponemos a realizar la entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial. Buenos días señor Juan Carlos lo primero es preguntarle cómo se percibe la Responsabilidad Social Empresarial en El Centro turístico.

ENTREVISTADO: “Bueno, buenos días muchachos Bueno eh a partir de, de yo ya llevo acá 17 años trabajando acá en este centro turístico Míster Mojarra de Cartago, bueno eh en los últimos años se han ido implementado algunas normas referente a la seguridad de manejo ambiental eh porque pues la ley cada vez requiere más que en esa parte seamos más organizados que tengamos un poquitico más de cultura frente a al, al tema ambiental entonces pues la organización está muy comprometida con ese aspecto en la parte, en la parte de los empleados y la parte administrativa en cuanto a muchos aspectos que se deben manejar que falta mucho por mejorar ósea el día a día es se van implementando cosas que es difícil a veces por tiempo, a veces porque de pronto eh hay que invertir para muchas cosas pero día a día se va mejorando”.

ENTREVISTADOR: ¿Y usted porque piensa que es importante que se practique la Responsabilidad Social Empresarial?

ENTREVISTADO: “Bueno dentro de la importancia estamos viendo que cada día más la contaminación que se está presentando en el mundo la, la el cambio climático la, el calentamiento global que se está presentando una de las, de los factores eh primordiales y que de pronto la gente no, no lo percibe, no lo tiene en cuenta es que eh muchos de los problemas que se están presentando es por el reciclaje, o sea la gente no sabe no sabe reciclar, la gente no sabe separar los, las empresas y de los hogares la gente no sabe qué es eso. Ósea ellos no saben que puede servir, que no puede servir y una de las, de los problemas que se están presentando en cuanto a otros es por ejemplo las inundaciones muchas, a veces muchas de las inundaciones que se presentan en los pueblos, en las ciudades o en el mundo es porque toda la gente deposita todo lo que no me sirve yo lo tiro o por la cañería o lo tiro a los ríos entonces nosotros estamos contaminando el mundo si nosotros supiéramos reciclar una parte de eso se podría aprovechar y no se votaría como se dice a la basura y no contaminaríamos más”.

ENTREVISTADOR: Bueno ya que usted hace referencia al medio ambiente, ¿cómo se gestiona la responsabilidad con el medio ambiente, y como se involucra a los colaboradores?

ENTREVISTADO: “Bueno el personal tanto administrativo como, como en la parte operativa eh nosotros permanentemente estamos en capacitaciones en donde nos, nos han inculcado y se le ha inculcado a todos los que estamos en este proceso es, es que hay que tener una responsabilidad frente al consumo de agua, de energía que hay que por ejemplo acá en Mister Mojarra. Perdón, aquí se cambió toda la bombillería ya aquí no se manejan balastras eh aquí ya se manejan bombillos ahorradores eh, eh se manejan unos parámetros para aprovechamiento de, de no consumir mucha energía, no gasto de agua, nosotros aquí tenemos también poso y entonces la parte de reciclaje nosotros pues el personal está muy enterado y hace pues parte de, de todo ese proceso que se está realizando en cuanto a esa responsabilidad que hay que tener”.

ENTREVISTADOR: ¿Y qué buenas prácticas se evidencian en el compromiso que tiene el centro turístico con el bienestar de las personas que se relacionan de alguna manera con la organización?

ENTREVISTADO: “Bueno si hablamos en la parte de clientes eh pues a la gente también se le, se le inculca en la parte pues de seguridad que si por decir entran ah, ah van a utilizar las áreas pues que todo lo depositen dentro de las canecas que están habilitadas para eso; o sea que no tiren toda la a los lagos o lo tiren a los baños eh pues que, que ahorren agua mmm porque mucha gente pues como a mí no me cuesta yo lo, yo vengo y lo destrozo entonces deja las, las por ejemplo la gente por ejemplo los que ingresan a piscina ellos saben que hay unas normas que

cumplir, que hay que cumplir. O sea todo mundo está involucrado dentro de este proceso de responsabilidad social”.

ENTREVISTADOR: Cuando hablamos de clientes, ¿cómo es un día de trabajo al interior de la empresa, como sobresalen las prácticas en la atención los clientes?

ENTREVISTADOR: “Bueno el cliente desde que llega pues es como se dice nuestra razón de ser eh ellos son, por los clientes es que nosotros eh subsistimos, existimos y seguiremos hasta que los clientes eh sigan visitándonos eh pues se les da buen trato, bueno desde que llegan acá al centro turístico se les explica en que consiste que servicios prestamos, eh que no ofrecemos porque a la gente hay que desde, desde la entrada hay que decirle tengo esto pero también no tengo, no tengo esto, eh se les igual se les presta una atención excelente desde que llegan las instalaciones son, son muy buenas y están muy óptimas para, para atender el público. La piscina de nosotros es muy , cumple con todos los parámetros es una piscina pues muy higiénica muy bonita pues que brinda esa seguridad a ellos de que no van a tener ningún tipo de, de alergias ni que van a producirles hongos ni nada porque pues eh a la piscina se le aplican, se le aplican unos tratamientos diarios que, qué y la UES eh permanentemente también están haciendo unas muestras donde, donde pues esa agua es óptima para, para que la gente pueda bañarse y pues se maneja como se dice unos parámetros eh encaminados a que el cliente se sienta muy bien dentro de las instalaciones”.

ENTREVISTADOR: ¿Cuáles serían los obstáculos por los cuales no se ha implementado en sus prácticas la Responsabilidad Social Empresarial?

ENTREVISTADO: “Bueno eh falta mucho por implementar, pero por decir en la parte interna de nosotros lo que es seguridad y salud en el trabajo, lo que son las buenas prácticas de manipulación de alimentos en, en, en que que todos los empleados eh utilicen todas las herramientas necesarias para elaborar sus, para hacer sus labores eh eso hace pues que, que dentro de la empresa se mitiguen eh problemas, accidentes eh y pues a ellos todo los, permanentemente se le dice también si usted se siente enfermo pidan citas haga uso de las EPS pues que para eso es así sean un poco deficientes pero entonces se les dice que permanentemente estén como en chequeos y en la parte de los clientes también a ellos por ejemplo desde que entran aquí se les dice eh como ustedes van a entrar en una zona húmeda de la piscina pues por favor no hagan piruetas, no hagan, no corran por los corredores pues porque por eso se pueden deslizar, se pueden aporrear y ocurrir accidentes aunque si son muy mínimos lo que puede pasar eh se les explica y hay muchos avisos entonces pero igual falta mucho por hacer pero se ha ido implementando. Cuáles son los obstáculos pues de pronto es, puede ser tiempo, de pronto a veces uno quisiera traer una persona de la CVC o de la UES y que se reúna de pronto con los clientes pero, pero pues uno se pone a pensar ellos vienen a pasear como los voy a reunir en una parte de estas. Pero si, si falta mucho por hacer pero día a día se va mejorando”.

ENTREVISTADOR: ¿Que estrategias podría implementar la dirección para que la Responsabilidad Social Empresarial forme parte de la cultura organizacional y sea practicada por todos los colaboradores?

ENTREVISTADO: “Bueno las estrategias van encaminadas más que todo a capacitación eh hacerlos partícipes de todo ese proceso que hace la empresa porque de pronto los empleados a veces piensan que, que no es sino venir a hacer mi labor me voy pero uno que maneja este negocio se da cuenta que hay muchas obligaciones y muchas leyes que hay que cumplir pero, pero ellos diario se van involucrando más en este proceso, ellos se van concientizando de que hay que economizar agua , de que si yo entro al baño apago la, el la luz cuando salgo, que si yo voy a lavar por decir el trapeador no debo desperdiciar tanta agua debo mirar procurar gastar lo menos posible bueno son muchas cosas que hay que; por decir en cocina eh las señoras de cocina saben que por ejemplo esos aceites hay que recogerlos en unos recipientes y eso se le entrega a la asociación. Hace muchos años el proceso era que eso se tiraba por y todavía lo hacen que por ejemplo hay gente que, que vende esos aceites a otras empresas para que vuelvan y le apliquen unos químicos y vuelvan y lo utilicen entonces imagínese el daño que nos estamos haciendo nosotros mismos, entonces aquí ese aceite se vacea en unos recipientes y eso se lo lleva a asociación para hacer eh biocombustible”.

ENTREVISTADOR: ¿Y qué parte de la Responsabilidad Social Empresarial se podría incorporar como identidad empresarial?

ENTREVISTADO: “Ah yo creo que ahí estaríamos hablando de, de como se dice el pilar sería lo del reciclaje porque en estos negocios resulta mucha basura la verdad es que eh aquí resulta mucho plástico, vidrio eh cantidad de cosas eh que ya con la separación se han ido utilizando por parte de la asociación. Nosotros eso lo donamos, nosotros no lo vendemos pero pues le estamos prestando un servicio a toda esa gente que es un poco vulnerable que no tienen más ingresos, si no esos pero entonces yo digo que ese sería como el pilar de nosotros para involucrarlo dentro de la organización”.

ENTREVISTADOR: Bueno muchas gracias por la información suministrada y por su colaboración.

ENTREVISTADO: “Bueno con mucho gusto, por acá a la orden”.

En el Centro Turístico Mister Mojarra no se cuenta con el sistema de Responsabilidad Social Empresarial, a pesar de ello llevan a cabo en sus instalaciones diferentes prácticas que los ayudan a mejorar como lo son las capacitaciones a todo el personal sobre temas de medio ambiente, son conscientes de los grandes problemas que trae la contaminación y por eso tienen implementada la cultura del reciclaje y el ahorro, además buscan extender esta cultura a sus

clientes haciendo ver la importancia que tiene en la vida diaria. Buscar el bienestar de los clientes y para esto da gran importancia a su seguridad cuando están haciendo uso de los servicios del Centro Turístico. Manifiestan no realizar actividades de bienestar para la comunidad pero entre sus prácticas esta la donación del reciclaje que recolectan en sus instalaciones.

Anexo E. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial realizada a la comunidad de Cruces



ENTREVISTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Fuente: Elaboración propia

Trabajo de grado “Propuesta de un sistema de Responsabilidad Social Empresarial para el hotel campestre el Danubio de la ciudad de Cartago – Valle”

Este instrumento de recolección de datos contiene un conjunto de preguntas que tienen como objetivo recopilar información sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el hotel campestre el Danubio de la ciudad de Cartago, dicha entrevista está orientada a la comunidad con el propósito de conocer la opinión que poseen frente a las acciones que realiza el hotel para llevar a cabo la RSE con sus grupos de interés.

Se tomó una muestra de 21 personas que habitan en la comunidad de Cruces, el cual es un sector circunvecino del Hotel Campestre el Danubio de la ciudad de Cartago.

Entrevista No 1

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “creo que es la responsabilidad que tienen las empresas con la comunidad y la sociedad”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “clientes”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “pues saber atender muy bien los clientes para que estén a gusto”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “con las actividades que realizan la manera en la que reciben y atienden los clientes”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “yo considero que si pues me parece desde mi punto de vista que es un buen club campestre y las actividades realizadas son muy buenas”

Entrevista No 2

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no tengo conocimiento”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “comunidad”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el hotel campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “preocuparse por la comunidad”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “las ayudas que dan”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “todo bien”

Entrevista No 3

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no sabe nada del tema”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “comunidad”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el hotel campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “que ayude a la comunidad con buenas prácticas”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “si es buen hotel por la atención a las personas”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “muy poco conozco de allá, casi no viene nadie de allá”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “si tiene buena imagen”

Entrevista No 4

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no sabe del concepto”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el hotel campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “comunidad”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “la gente de aquí cercana deberían trabajar con ellos”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “con las políticas que tengan”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no se”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “es muy elegante”

Entrevista No 5

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no se nada del tema”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “comunidad”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “ayudar a la comunidad con obras sociales”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “con las obras sociales”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “no es reconocido por ninguna de las opciones”

Entrevista No 6

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “pienso que tiene que ver con la responsabilidad que tiene una empresa o entidad hacia una comunidad y con el medio ambiente”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “comunidad”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “trabajo comunitario, aportes en desarrollo social y cultural”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “nos daríamos cuenta si realizara acciones a favor de la comunidad”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “considero que el hotel es poco reconocido, ya que no maneja una política de promoción a la actividad turística”

Entrevista No 7

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no conozco del concepto”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “comunidad”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “con obras sociales”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el h Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “con las acciones que retribuyan a la comunidad”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “no”

Entrevista No 8

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “creo que es la responsabilidad de una empresa”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “empleados”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “enfocarse más en los empleados”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “con las actividades que se llevan a cabo”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “no”

Entrevista No 9

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “solo lo explicado”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “empleados”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “debería enfocarse más en los empleados”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “con las actividades que realizan”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “no”

Entrevista No 10

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “yo no sé nada sobre el tema”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “empleados”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “debería enfocarse más en los empleados”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “con las actividades que realiza”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “no”

Entrevista No 11

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no se”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “comunidad”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “hacer actividades deportivas”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “no se”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no se”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “si es muy responsable”

Entrevista No 12

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no se nada del concepto”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “comunidad”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “trabajo para las personas de la comunidad”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “con las prácticas que realiza”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no tiene ningún impacto”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “buena imagen”

Entrevista No 13

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “es la responsabilidad que tiene los empleados de la empresa ante el medio ambiente”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “medio ambiente”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “aprovechar los residuos orgánicos en abono para plantas”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “evaluando los procesos visualmente ante los desechos de corte de pasto y residuos de alimentos sobrantes”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “no, su imagen es reconocida por ser campestre y tener zonas verdes para que la comunidad busque tranquilidad”

Entrevista No 14

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no se nada”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “clientes”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el hotel campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “protección a sus clientes”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “no se”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “no”

Entrevista No 15

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no se”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “medio ambiente”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “tal vez cuidar el medio ambiente”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “por medio de la publicidad”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no conozco”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “no”

Entrevista No 16

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no se mucho del tema”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “medio ambiente”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “desconozco”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “por los medios de comunicación”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “desconozco”

Entrevista No 17

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no conozco mucho del tema”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “medio ambiente”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “no conozco”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “por la publicidad”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “no”

Entrevista No 18

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no tengo mucho conocimiento del tema pero los estudiantes me explicaron un poco de que se trataba”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “comunidad”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “no tengo conocimiento de las prácticas que este pueda realizar”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “por la publicidad que estos puedan hacer de dichas actividades si las realizan”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no lo conozco”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “no tengo conocimiento de esto”

Entrevista No 19

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “comunidad”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “no se”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “no se”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no se”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “no”

Entrevista No 20

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “lo que explicaron aquí”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “clientes”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “no se”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “no se”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “ni idea”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “no”

Entrevista No 21

1. ¿Qué sabe sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “desconozco el concepto”

2. ¿En qué ámbito debería enfocarse el Hotel Campestre el Danubio en RSE?

Entrevistado: “medio ambiente”

3. ¿Qué prácticas debería realizar el Hotel Campestre el Danubio en dicho ámbito?

Entrevistado: “el cuidado con el medio ambiente”

4. ¿Cómo cree usted que las personas se dan cuenta si el Hotel Campestre el Danubio es o no socialmente responsable?

Entrevistado: “no se”

5. ¿Conoce el impacto de las actividades del Hotel Campestre el Danubio en la comunidad?

Entrevistado: “no”

6. ¿Considera que el Hotel Campestre el Danubio es reconocido por su imagen ética y responsable?

Entrevistado: “no”

Anexo F. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial realizada a los empleados del Hotel Campestre el Danubio



ENTREVISTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Fuente: Elaboración propia

Trabajo de grado “Propuesta de un sistema de Responsabilidad Social Empresarial para el hotel campestre el Danubio de la ciudad de Cartago – Valle”

Este instrumento de recolección de datos contiene un conjunto de preguntas que tienen como objetivo recopilar información sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el hotel campestre el Danubio de la ciudad de Cartago; dicha entrevista está orientada al líder, los directivos y los empleados de la organización, con el propósito de conocer la opinión que poseen frente a las acciones que realiza el hotel para llevar a cabo la RSE con sus grupos de interés.

Se tomó una muestra de 09 personas que trabajan en el hotel campestre el Danubio, en sus diferentes puestos de trabajo, tales como: recepción, mantenimiento, servicio de aseo, cocina, administración, contabilidad, entre otros.

Entrevista No 1

1. ¿Cómo se percibe la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “todo el servicio trata de mejorarse diariamente para el bienestar y esparcimiento de nuestros huéspedes, se tratan los temas internos positivos y/o negativos con los colaboradores a fin de crecer como grupo de trabajo”

2. ¿Por qué es importante que el Hotel Campestre el Danubio practique la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “la RSE debe presentarse o presenciarse en cualquier establecimiento, se verán beneficiados los operadores, los usuarios y las personas cercanas”

3. ¿Cómo gestiona el hotel la responsabilidad con el medioambiente y como involucra los colaboradores?

Entrevistado: “todos hemos recibido charlas y capacitaciones sobre cuidados del medio ambiente, reciclamos en todos los puntos”

4. ¿Qué buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial evidencian el compromiso del Hotel Campestre el Danubio con el bienestar de las personas que se relacionan de alguna manera con la organización?

Entrevistado: “respecto a nuestro huéspedes, les informamos e incluimos dentro de nuestro seguro civil hotelero, para velar que nos responsabilizamos ante cualquier hecho dentro de las instalaciones”

5. ¿Cómo es un día de trabajo con la comunidad al interior de la empresa, que circunstancias y/o prácticas (detalles, gestos, sonrisas...) sobresalen en la atención a los clientes?

Entrevistado: “siempre un trato adecuado y cortés, tratar de brindar la mayor información posible sobre todos nuestros servicios, las respuestas a tiempo, compensatorios cuando hay algún error o insatisfacción”

6. ¿Qué actividades o campañas de bienestar se desarrollan con la comunidad de la zona circunvecina?

Entrevistado: “no nos integramos todo el tiempo como tal, pero tratamos de ver los demás establecimientos como puntos de apoyo en vez de competencia”

7. ¿Cuáles son los principales obstáculos por los cuales el hotel no ha implementado en sus prácticas la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “respecto a las personas o establecimientos que están a nuestro alrededor, por falta de comunicación y tiempo para coordinar y organizar prácticas”

8. ¿Qué estrategias podrían implementar los directivos para que la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en parte de la cultura organizacional y sea practicada por los colaboradores?

Entrevistado: “hablar de RSE con todos, huéspedes y empleados”

9. ¿Qué parte de la Responsabilidad Social Empresarial puede incorporarse como identidad empresarial (misión, visión, filosofía...)?

Entrevistado: “velar por la responsabilidad y bienestar de nuestros huéspedes está dentro de nuestra misión, hace parte de nuestros objetivos y deberes diarios”

Entrevista No 2

1. ¿Cómo se percibe la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “regular: falta implementar procesos serios de recolección de los diferentes desechos ya que se mezclan”

2. ¿Por qué es importante que el Hotel Campestre el Danubio practique la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “porque es un bien común que compromete a toda la ciudadanía con el medio ambiente”

3. ¿Cómo gestiona el hotel la responsabilidad con el medioambiente y como involucra los colaboradores?

Entrevistado: “no la gestiona”

4. ¿Qué buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial evidencian el compromiso del Hotel Campestre el Danubio con el bienestar de las personas que se relacionan de alguna manera con la organización?

Entrevistado: “buenas prácticas en las áreas de servicio de cocina y medio. Seguridad en las áreas de piscina”

5. ¿Cómo es un día de trabajo con la comunidad al interior de la empresa, que circunstancias y/o prácticas (detalles, gestos, sonrisas...) sobresalen en la atención a los clientes?

Entrevistado: “nos apoyamos unos con otros para ofrecer a nuestros clientes bienestar con sus familias o acompañantes”

6. ¿Qué actividades o campañas de bienestar se desarrollan con la comunidad de la zona circunvecina?

Entrevistado: “recolección de caracoles”

7. ¿Cuáles son los principales obstáculos por los cuales el hotel no ha implementado en sus prácticas la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: la actitud frente a los cambios, falta de capacitación”

8. ¿Qué estrategias podrían implementar los directivos para que la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en parte de la cultura organizacional y sea practicada por los colaboradores?

Entrevistado: “romper esquemas mentales, capacitaciones, sensibilizarnos frente a los cambios para tener cultura organizacional”

9. ¿Qué parte de la Responsabilidad Social Empresarial puede incorporarse como identidad empresarial (misión, visión, filosofía...)?

Entrevistado: “ser reconocido a nivel nacional e internacional en buenas prácticas con la naturaleza y los espejos de agua”

Entrevista No 3

1. ¿Cómo se percibe la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “es buena, algunas cosas para mejorar”

2. ¿Por qué es importante que el Hotel Campestre el Danubio practique la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “si se practica una buena responsabilidad social, esto genera buenos ingresos económicos y estabilidad social”

3. ¿Cómo gestiona el hotel la responsabilidad con el medioambiente y como involucra los colaboradores?

Entrevistado: “es buena ya que existe una integración con el medio ambiente”

4. ¿Qué buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial evidencian el compromiso del Hotel Campestre el Danubio con el bienestar de las personas que se relacionan de alguna manera con la organización?

Entrevistado: “se responsabiliza con los clientes en cuanto a trato y atención, lo mismo pasa con los empleados”

5. ¿Cómo es un día de trabajo con la comunidad al interior de la empresa, que circunstancias y/o prácticas (detalles, gestos, sonrisas...) sobresalen en la atención a los clientes?

Entrevistado: “existen detalles, gestos, sonrisas en el momento de atender el cliente”

6. ¿Qué actividades o campañas de bienestar se desarrollan con la comunidad de la zona circunvecina?

Entrevistado: “no aplica”

7. ¿Cuáles son los principales obstáculos por los cuales el hotel no ha implementado en sus prácticas la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “falta de comunicación de la parte administrativa con la laboral y una implementación que agrupe las partes vecinas”

8. ¿Qué estrategias podrían implementar los directivos para que la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en parte de la cultura organizacional y sea practicada por los colaboradores?

Entrevistado: “se está realizando integraciones internas con el personal para buscar estrategias y soluciones entre ambos”

9. ¿Qué parte de la Responsabilidad Social Empresarial puede incorporarse como identidad empresarial (misión, visión, filosofía...)?

Entrevistado: “misión ya que aún no se ha alcanzado sus objetivos”

Entrevista No 4

1. ¿Cómo se percibe la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “es fundamental para nosotros como empresa aplicar estas prácticas para un buen funcionamiento en el hotel y se percibe por la cantidad de visitantes, trabajadores y las responsabilidades ambientales con las que contamos”

2. ¿Por qué es importante que el Hotel Campestre el Danubio practique la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “para mejorar en sus relaciones laborales, relaciones con proveedores y mejorar la experiencia de los clientes en su visita a nuestro hotel”

3. ¿Cómo gestiona el hotel la responsabilidad con el medioambiente y como involucra los colaboradores?

Entrevistado: “esta se gestiona en conjunto con la CVC y consta de la recolección de basuras, desecho de residuos tóxicos, el cuidado de las especies de fauna y flora que habitan en el hotel; en este están involucrados los que realizan las labores de mantenimientos y el área administrativa del hotel”

4. ¿Qué buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial evidencian el compromiso del Hotel Campestre el Danubio con el bienestar de las personas que se relacionan de alguna manera con la organización?

Entrevistado: “las integraciones que realizamos buscan resolver todos estos problemas existentes entre personal y clientes o el personal y la empresa”

5. ¿Cómo es un día de trabajo con la comunidad al interior de la empresa, que circunstancias y/o prácticas (detalles, gestos, sonrisas...) sobresalen en la atención a los clientes?

Entrevistado: “en la atención nos enfocamos mucho debido a que es el punto más fuerte a la hora de vender nuestros productos o servicios, siempre se debe atender con buen humor, un buen dialecto, buena disposición y con la mentalidad de querer vender”

6. ¿Qué actividades o campañas de bienestar se desarrollan con la comunidad de la zona circunvecina?

Entrevistado: “no aplica”

7. ¿Cuáles son los principales obstáculos por los cuales el hotel no ha implementado en sus prácticas la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “las relaciones de la parte administrativa con la parte laboral del hotel y la cantidad de responsabilidades ambientales que tenemos”

8. ¿Qué estrategias podrían implementar los directivos para que la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en parte de la cultura organizacional y sea practicada por los colaboradores?

Entrevistado: “hasta ahora estamos realizando integraciones con todo el personal donde debatimos todos estos aspectos y buscamos soluciones a los problemas que existen actualmente en el hotel”

9. ¿Qué parte de la Responsabilidad Social Empresarial puede incorporarse como identidad empresarial (misión, visión, filosofía...)?

Entrevistado: “la misión debido a que aún buscamos un punto de equilibrio en lo laboral y nuestro objetivo empresarial aun no es alcanzado”

Entrevista No 5

1. ¿Cómo se percibe la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “en algunas ocasiones se percibe de una manera positiva, últimamente la gerencia se ha interesado por este tema e ir llevándolo en la práctica”

2. ¿Por qué es importante que el Hotel Campestre el Danubio practique la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “porque con la práctica de esto se pueden llevar a cabo la labor y trabajo de cada uno del personal de una mejor manera”

3. ¿Cómo gestiona el hotel la responsabilidad con el medioambiente y como involucra los colaboradores?

Entrevistado: “el hotel en las políticas gestiona que los residuos como el aceite se recicle y se venda para no contaminar el agua en el desagüe y además se clasifica y se recicla para que semanalmente venga una empresa y lo recoja”

4. ¿Qué buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial evidencian el compromiso del Hotel Campestre el Danubio con el bienestar de las personas que se relacionan de alguna manera con la organización?

Entrevistado: “el compromiso del hotel con los clientes es cancelar a tiempo las facturas y con los empleados tiene en cuenta a veces algunas inconformidades, o tener en cuenta que a veces se necesita sacar tiempo para diligencias personales”

5. ¿Cómo es un día de trabajo con la comunidad al interior de la empresa, que circunstancias y/o prácticas (detalles, gestos, sonrisas...) sobresalen en la atención a los clientes?

Entrevistado: “el objetivo para tender a los clientes es brindarle un excelente servicio, que se sientan lo más cómodo posible dentro del hotel, recibir bien la cliente, hablarles de manera muy cordial, sonreír y ser atentos con ellos”

6. ¿Qué actividades o campañas de bienestar se desarrollan con la comunidad de la zona circunvecina?

Entrevistado: “no aplica”

7. ¿Cuáles son los principales obstáculos por los cuales el hotel no ha implementado en sus prácticas la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “el principal obstáculo de implementar la responsabilidad social empresarial es el desconocimiento y falta de comunicación del tema”

8. ¿Qué estrategias podrían implementar los directivos para que la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en parte de la cultura organizacional y sea practicada por los colaboradores?

Entrevistado: “informar al personal y capacitarlos sobre el tema”

9. ¿Qué parte de la Responsabilidad Social Empresarial puede incorporarse como identidad empresarial (misión, visión, filosofía...)?

Entrevistado: “que el hotel es campestre y puede brindar un espacio natural y tranquilo a los visitantes”

Entrevista No 6

1. ¿Cómo se percibe la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “el hotel campestre el Danubio ha venido desarrollándose en el campo de RSE de manera efectiva, ya que anteriormente teníamos falencias en las cuales han mejorado y está contribuyendo de buena manera capacitando al personal y buscando siempre el bienestar de todo y de todos”

2. ¿Por qué es importante que el Hotel Campestre el Danubio practique la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “es importante porque nos está apropiando del entorno en nuestro hotel y así contribuir en el bienestar tanto como de las empresas y nuestro medio ambiente”

3. ¿Cómo gestiona el hotel la responsabilidad con el medioambiente y como involucra los colaboradores?

Entrevistado: “el hotel ha estado administrado por varias personas, en la cuales la actual administración ha venido gestionando el cuidado con el medio ambiente buscando ayuda profesionales por la CVC y allí involucra a todo el personal, ya que todos contribuimos como equipo de trabajo, algunos es el reciclaje de cartón y aceite, el cuidado de los animales domésticos que habitan nuestro hotel”

4. ¿Qué buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial evidencian el compromiso del Hotel Campestre el Danubio con el bienestar de las personas que se relacionan de alguna manera con la organización?

Entrevistado: “en cuanto a los empleados sería bueno tener más RSE, ya que carecen de mucho compromiso tanto de la organización hacia los empleados”

5. ¿Cómo es un día de trabajo con la comunidad al interior de la empresa, que circunstancias y/o prácticas (detalles, gestos, sonrisas...) sobresalen en la atención a los clientes?

Entrevistado: “el día de trabajo siempre se practica de buena manera, ya que a nosotros nos interesa que nuestros clientes se vayan satisfechos y regresen en una

nueva oportunidad. Se practica con una excelente atención al instante que llegan a recepción, al estar endiente si solicita lago en la trayectoria de la estadía”

6. ¿Qué actividades o campañas de bienestar se desarrollan con la comunidad de la zona circunvecina?

Entrevistado: “no aplica”

7. ¿Cuáles son los principales obstáculos por los cuales el hotel no ha implementado en sus prácticas la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no hay obstáculos, ya que se ha venido implementando pero si falta más conocimiento del tema en cuanto a todo el personal, no solo porque algunos sabemos, sino que también ayudar a darle a los demás acerca del tema y porque es importante”

8. ¿Qué estrategias podrían implementar los directivos para que la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en parte de la cultura organizacional y sea practicada por los colaboradores?

Entrevistado: “una de las estrategias seria en el momento de contratación del personales, los directivos hagan referencia acerca de la RSE, ya que estamos en un campo bastante complejo e importante para nuestra organización y crecimiento”

9. ¿Qué parte de la Responsabilidad Social Empresarial puede incorporarse como identidad empresarial (misión, visión, filosofía...)?

Entrevistado: “puede incorporarse de manera visional ya que nuestro hotel es un lugar campestre y nos gustaría que fuera reconocido por su amplias zonas verdes y que estamos comprometidos con el medio ambiente”

Entrevista No 7

1. ¿Cómo se percibe la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “el hotel ha pasado por ciertas circunstancias difíciles pero se ha podido superar y salir de ellas, viendo así una labor buena y desempeño excelente”

2. ¿Por qué es importante que el Hotel Campestre el Danubio practique la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “el hotel tendría una mejor imagen y nos tendrían en cuenta a nosotros”

3. ¿Cómo gestiona el hotel la responsabilidad con el medioambiente y como involucra los colaboradores?

Entrevistado: “permanentemente se hacen reuniones en el hotel con la CVC y nosotros estamos pendientes de cualquier anomalía que estemos presentado en el momento con el hotel”

4. ¿Qué buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial evidencian el compromiso del Hotel Campestre el Danubio con el bienestar de las personas que se relacionan de alguna manera con la organización?

Entrevistado: “no se evidencian buenas prácticas con nosotros los empleados, escuchar más los empleados y trabajar más en grupo”

5. ¿Cómo es un día de trabajo con la comunidad al interior de la empresa, que circunstancias y/o prácticas (detalles, gestos, sonrisas...) sobresalen en la atención a los clientes?

Entrevistado: “es tranquilo, se desempeñan las funciones normales, se tiene trato amable con los huéspedes como detalles, gestos y sonrisas”

6. ¿Qué actividades o campañas de bienestar se desarrollan con la comunidad de la zona circunvecina?

Entrevistado: “no se realiza ninguna campaña”

7. ¿Cuáles son los principales obstáculos por los cuales el hotel no ha implementado en sus prácticas la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no tienen interés”

8. ¿Qué estrategias podrían implementar los directivos para que la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en parte de la cultura organizacional y sea practicada por los colaboradores?

Entrevistado: “que nos dieran charlas y capacitaciones”

9. ¿Qué parte de la Responsabilidad Social Empresarial puede incorporarse como identidad empresarial (misión, visión, filosofía...)?

Entrevistado: “más compromiso de nosotros que somos la imagen del hotel”

Entrevista No 8

1. ¿Cómo se percibe la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “la responsabilidad social se pervive como un factor diferenciador desde la primera impresión visual al ingreso hasta la atención de los colaboradores, el buen ambiente laboral hace que todo se perciba de buena manera”

2. ¿Por qué es importante que el Hotel Campestre el Danubio practique la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “es importante que el hotel practique la responsabilidad social porque mejora diariamente tanto competitividad, mejoran las condiciones económicas y sociales, en especial en este hotel las condiciones ambientales”

3. ¿Cómo gestiona el hotel la responsabilidad con el medioambiente y como involucra los colaboradores?

Entrevistado: “el hotel gestiona la responsabilidad del ambiente por medio de buenas prácticas de recolección de basuras, la clasificación de las mismas, el cuidado de la naturaleza involucra a los colaboradores, ya que son ellos los que elaboran las actividades”

4. ¿Qué buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial evidencian el compromiso del Hotel Campestre el Danubio con el bienestar de las personas que se relacionan de alguna manera con la organización?

Entrevistado: “una de las prácticas más destacadas es la atención y servicio al cliente, respuestas rápidas a quejas, reclamos y sugerencias. La ambientación del lugar hace que sea un lugar agradable sin perturbar el bienestar de ningún visitante, ni colaborador”

5. ¿Cómo es un día de trabajo con la comunidad al interior de la empresa, que circunstancias y/o prácticas (detalles, gestos, sonrisas...) sobresalen en la atención a los clientes?

Entrevistado: “la empresa maneja protocolos de servicio para la atención al público, adicional a eso está acompañado del carisma de cada uno, se compromete a brindar una excelente experiencia”

6. ¿Qué actividades o campañas de bienestar se desarrollan con la comunidad de la zona circunvecina?

Entrevistado: “no aplica”

7. ¿Cuáles son los principales obstáculos por los cuales el hotel no ha implementado en sus prácticas la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “algunas veces por el desconocimiento de los temas que aborda, como también factores económicos que ayudan para la implementación”

8. ¿Qué estrategias podrían implementar los directivos para que la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en parte de la cultura organizacional y sea practicada por los colaboradores?

Entrevistado: “involucrarse con la comunidad y hacer tipos de asociaciones con bienes en común, implementar prácticas de sostenibilidad e involucrar temas ecológicos como el mismo nombre del hotel y promoverlos”

9. ¿Qué parte de la Responsabilidad Social Empresarial puede incorporarse como identidad empresarial (misión, visión, filosofía...)?

Entrevistado: “en la parte de la misión incorporaría la sostenibilidad ambiental, ya que el hotel es campestre y no tiene medidas para ello”

Entrevista No 9

1. ¿Cómo se percibe la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “es buenas, pero hay cositas que se deben mejorar”

2. ¿Por qué es importante que el Hotel Campestre el Danubio practique la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “porque la hotelería y el turismo son actividades que se deben manejar con precaución en cuestión de atención al cliente, visitante y otras organizaciones”

3. ¿Cómo gestiona el hotel la responsabilidad con el medioambiente y como involucra los colaboradores?

Entrevistado: “tenemos un buen manejo de los residuos, reciclamos, selección y nos preocupamos por el medio ambiente”

4. ¿Qué buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial evidencian el compromiso del Hotel Campestre el Danubio con el bienestar de las personas que se relacionan de alguna manera con la organización?

Entrevistado: “el compromiso del hotel es enfocado a los clientes que son la razón de ser”

5. ¿Cómo es un día de trabajo con la comunidad al interior de la empresa, que circunstancias y/o prácticas (detalles, gestos, sonrisas...) sobresalen en la atención a los clientes?

Entrevistado: “al manejar hotelería y turismo nuestro enfoque es crear esa satisfacción y dar una buena atención a clientes y visitantes con el fin de darnos a conocer por buenos”

6. ¿Qué actividades o campañas de bienestar se desarrollan con la comunidad de la zona circunvecina?

Entrevistado: “no aplica”

7. ¿Cuáles son los principales obstáculos por los cuales el hotel no ha implementado en sus prácticas la Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “falta de conocimiento sobre el tema”

8. ¿Qué estrategias podrían implementar los directivos para que la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en parte de la cultura organizacional y sea practicada por los colaboradores?

Entrevistado: “capacitaciones sobre el tema, ejemplo; charlas, cursos, cositas así”

9. ¿Qué parte de la Responsabilidad Social Empresarial puede incorporarse como identidad empresarial (misión, visión, filosofía...)?

Entrevistado: “el asumir buenas prácticas con el medio ambiente, el buen mantenimiento de las instalaciones”

Anexo G. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial realizada a los clientes del Hotel Campestre el Danubio



ENTREVISTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Fuente: Elaboración propia

Trabajo de grado “Propuesta de un sistema de Responsabilidad Social Empresarial para el hotel campestre el Danubio de la ciudad de Cartago – Valle”

Este instrumento de recolección de datos contiene un conjunto de preguntas que tienen como objetivo recopilar información sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el hotel campestre el Danubio de la ciudad de Cartago, dicha entrevista está orientada a los clientes del hotel, con el propósito de conocer la opinión que poseen frente a las acciones que realiza el hotel para llevar a cabo la RSE con sus grupos de interés.

Se tomó una muestra de 10 clientes que hacen uso de los servicios del Hotel Campestre el Danubio de la ciudad de Cartago; los cuales suministraron

información acerca de las visitas que han hecho al hotel y la percepción de las mismas.

Entrevista No 1

1. Califique el servicio que le presta el Hotel Campestre el Danubio:

Entrevistado: “es muy bueno”

2. ¿Cómo es el trato que le brinda el personal de Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “excelente”

3. ¿Qué aspectos mejoraría del Hotel Campestre el Danubio, (productos, servicios, infraestructura, entre otros)?

Entrevistado: “en cuestión de infraestructura me parece que deberían mejorar las habitaciones”

4. ¿Qué percepción tiene de las prácticas responsables que desarrolla el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “no tengo conocimiento de las prácticas que manejan en este tema”

5. ¿Cómo considera que son las actividades que lleva a cabo el Hotel Campestre el Danubio en pro del cuidado y la conservación del medio ambiente y los recursos naturales?

Entrevistado: “me parece buena, ya que los espacios verdes que tiene el hotel se ven bien cuidados”

6. ¿En el momento de elegir un hotel, su decisión se ve influenciada por aquellos que efectúan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no, porque a la hora de tomar una decisión esta será influenciada por el valor económico”

7. ¿Qué prácticas debería desarrollar el Hotel Campestre el Danubio para ser más socialmente responsable?

Entrevistado: “estarían enfocadas en el ahorro de energía, el cuidado del agua y el reciclaje”

8. ¿Cómo podría involucrar a los clientes en estas prácticas responsables?

Entrevistado: “deberían implementar puntos ecológicos para que el cliente pueda identificar la forma adecuada de depositar su basura”

9. ¿Cree que el Hotel Campestre el Danubio debe dar a conocer las prácticas que realiza en materia de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “sí, porque con ellos influenciaría a otras empresas para que hagan lo mismo”

¿De qué forma?

Entrevistado: “utilizando redes sociales”

Entrevista No 2

1. Califique el servicio que le presta el Hotel Campestre el Danubio:

Entrevistado: “el servicio prestado por el hotel es bueno”

2. ¿Cómo es el trato que le brinda el personal de Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “la atención indirecta es un poco regular, pero estando en las instalaciones son más cordiales y atentos”

3. ¿Qué aspectos mejoraría del Hotel Campestre el Danubio, (productos, servicios, infraestructura, entre otros)?

Entrevistado: “los aspectos a mejorar podrían ser en la infraestructura”

4. ¿Qué percepción tiene de las prácticas responsables que desarrolla el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “es un hotel que se presta para realizar eventos gracias a sus instalaciones impactando de manera positiva en el mercado; aparte de que cuenta con muchas zonas verdes, lo que genera al cliente comodidad y tranquilidad”

5. ¿Cómo considera que son las actividades que lleva a cabo el Hotel Campestre el Danubio en pro del cuidado y la conservación del medio ambiente y los recursos naturales?

Entrevistado: “su zona verde es tratada y cuidada, pero les falta implementar la separación de residuos por medios de los botes de basura en sus instalaciones”

6. ¿En el momento de elegir un hotel, su decisión se ve influenciada por aquellos que efectúan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “siempre se busca un lugar cómodo, con un excelente servicio y que cuente con buenas zonas verdes, si el caso es de vacacionar”

7. ¿Qué prácticas debería desarrollar el Hotel Campestre el Danubio para ser más socialmente responsable?

Entrevistado: “separación de los residuos sólidos por medio de los botes de basura, un community manager para atender a los clientes indirectos, mas convenios con las empresas para que adquieran bonos y paquetes del establecimiento”

8. ¿Cómo podría involucrar a los clientes en estas prácticas responsables?

Entrevistado: “con la separación de los residuos, publicidad en empresas, redes sociales”

9. ¿Cree que el Hotel Campestre el Danubio debe dar a conocer las prácticas que realiza en materia de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “si los debe dar a conocer”

¿De qué forma?

Entrevistado: “por medio de carteles dentro del establecimiento, campañas y eventos donde estén los clientes potenciales, redes sociales”

Entrevista No 3

1. Califique el servicio que le presta el Hotel Campestre el Danubio:

Entrevistado: “una de las cosas que me ha gustado del hotel campestre el Danubio son los diferentes ambientes que ofrece a sus clientes, el mencionado hotel, además la variedad en sus platos que son exquisitos”

2. ¿Cómo es el trato que le brinda el personal de Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “yo personalmente quede muy satisfecha con el trato que me dieron tanto personal operativo como administrativo”

3. ¿Qué aspectos mejoraría del Hotel Campestre el Danubio, (productos, servicios, infraestructura, entre otros)?

Entrevistado: “no mejoraría nada, su estructura me parece muy adecuada, sus paisajes son maravillosos”

4. ¿Qué percepción tiene de las prácticas responsables que desarrolla el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “desconozco las prácticas que maneja el hotel en responsabilidad social”

5. ¿Cómo considera que son las actividades que lleva a cabo el Hotel Campestre el Danubio en pro del cuidado y la conservación del medio ambiente y los recursos naturales?

Entrevistado: “como cliente estos aspectos son desconocidos para mí”

6. ¿En el momento de elegir un hotel, su decisión se ve influenciada por aquellos que efectúan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no me guio porque sea socialmente responsable, sino por los beneficios económicos que me ofrece”

7. ¿Qué prácticas debería desarrollar el Hotel Campestre el Danubio para ser más socialmente responsable?

Entrevistado: “todo lo relacionado con el cuidado del agua”

8. ¿Cómo podría involucrar a los clientes en estas prácticas responsables?

Entrevistado: “plantear estrategias a sus clientes y que estos asuman una posición responsable”

9. ¿Cree que el Hotel Campestre el Danubio debe dar a conocer las prácticas que realiza en materia de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “si debería darlas a conocer, ya que esto le brinda mayor reconocimiento”

¿De qué forma?

Entrevistado: “por medio de los medios de comunicación y redes sociales”

Entrevista No 4

1. Califique el servicio que le presta el Hotel Campestre el Danubio:

Entrevistado: “bueno, se siente uno como en casa”

2. ¿Cómo es el trato que le brinda el personal de Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “es un trato cálido, familiar, son muy atentos y serviciales”

3. ¿Qué aspectos mejoraría del Hotel Campestre el Danubio, (productos, servicios, infraestructura, entre otros)?

Entrevistado: “me gustaría que hubiera más seguridad perimetral en el área de la piscina”

4. ¿Qué percepción tiene de las prácticas responsables que desarrolla el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “me parece que están bien orientadas”

5. ¿Cómo considera que son las actividades que lleva a cabo el Hotel Campestre el Danubio en pro del cuidado y la conservación del medio ambiente y los recursos naturales?

Entrevistado: “me parece que son muy enfáticos en cuanto a la conservación del medio ambiente”

6. ¿En el momento de elegir un hotel, su decisión se ve influenciada por aquellos que efectúan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no necesariamente, uno como usuario tiene en cuenta prioridades como los precios y la comodidad”

7. ¿Qué prácticas debería desarrollar el Hotel Campestre el Danubio para ser más socialmente responsable?

Entrevistado: “disponer adecuadamente los desechos producidos por el hotel”

8. ¿Cómo podría involucrar a los clientes en estas prácticas responsables?

Entrevistado: “podría ser con el uso de carteleros o avisos donde se promuevan estos valores”

9. ¿Cree que el Hotel Campestre el Danubio debe dar a conocer las prácticas que realiza en materia de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “sería un buen ejemplo a seguir”

¿De qué forma?

Entrevistado: “por medio de la radio u otros sistemas de comunicación”

Entrevista No 5

1. Califique el servicio que le presta el Hotel Campestre el Danubio:

Entrevistado: “bueno”

2. ¿Cómo es el trato que le brinda el personal de Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “excelente”

3. ¿Qué aspectos mejoraría del Hotel Campestre el Danubio, (productos, servicios, infraestructura, entre otros)?

Entrevistado: “infraestructura”

4. ¿Qué percepción tiene de las prácticas responsables que desarrolla el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “no sé qué prácticas maneja el hotel”

5. ¿Cómo considera que son las actividades que lleva a cabo el Hotel Campestre el Danubio en pro del cuidado y la conservación del medio ambiente y los recursos naturales?

Entrevistado: “no sé qué actividades lleva a cabo el hotel”

6. ¿En el momento de elegir un hotel, su decisión se ve influenciada por aquellos que efectúan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no”

7. ¿Qué prácticas debería desarrollar el Hotel Campestre el Danubio para ser más socialmente responsable?

Entrevistado: “reciclar y proteger los recursos naturales”

8. ¿Cómo podría involucrar a los clientes en estas prácticas responsables?

Entrevistado: “capacitaciones”

9. ¿Cree que el Hotel Campestre el Danubio debe dar a conocer las prácticas que realiza en materia de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “sí”

¿De qué forma?

Entrevistado: “redes sociales”

Entrevista No 6

1. Califique el servicio que le presta el Hotel Campestre el Danubio:

Entrevistado: “el servicio que presta el hotel es bueno”

2. ¿Cómo es el trato que le brinda el personal de Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “el trato es muy bueno”

3. ¿Qué aspectos mejoraría del Hotel Campestre el Danubio, (productos, servicios, infraestructura, entre otros)?

Entrevistado: “tal vez tener más productos en el restaurante – cafeterías”

4. ¿Qué percepción tiene de las prácticas responsables que desarrolla el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “me parece que respetan mucho su entorno y el respeto al medio ambiente”

5. ¿Cómo considera que son las actividades que lleva a cabo el Hotel Campestre el Danubio en pro del cuidado y la conservación del medio ambiente y los recursos naturales?

Entrevistado: “durante la visita se pueden observar que se preocupan por el cuidado del medio ambiente, porque la señalización existe para su cuidado”

6. ¿En el momento de elegir un hotel, su decisión se ve influenciada por aquellos que efectúan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no, tengo en cuenta otros factores”

7. ¿Qué prácticas debería desarrollar el Hotel Campestre el Danubio para ser más socialmente responsable?

Entrevistado: involucrar un poco más a los visitantes, turistas para conocer estas actividades”

8. ¿Cómo podría involucrar a los clientes en estas prácticas responsables?

Entrevistado: “folletos, imágenes en espacios públicos”

9. ¿Cree que el Hotel Campestre el Danubio debe dar a conocer las prácticas que realiza en materia de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “sí, sería interesante”

¿De qué forma?

Entrevistado: a través de sus redes sociales”

Entrevista No 7

1. Califique el servicio que le presta el Hotel Campestre el Danubio:

Entrevistado: “bueno”

2. ¿Cómo es el trato que le brinda el personal de Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “es bueno”

3. ¿Qué aspectos mejoraría del Hotel Campestre el Danubio, (productos, servicios, infraestructura, entre otros)?

Entrevistado: “más servicios”

4. ¿Qué percepción tiene de las prácticas responsables que desarrolla el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “pienso que son buenas, aunque falta implementar más”

5. ¿Cómo considera que son las actividades que lleva a cabo el Hotel Campestre el Danubio en pro del cuidado y la conservación del medio ambiente y los recursos naturales?

Entrevistado: “cuidan el medio ambiente, sus zonas verdes son agradables”

6. ¿En el momento de elegir un hotel, su decisión se ve influenciada por aquellos que efectúan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “preferiblemente”

7. ¿Qué prácticas debería desarrollar el Hotel Campestre el Danubio para ser más socialmente responsable?

Entrevistado: “residuos sólidos, dar a conocer más sus servicios”

8. ¿Cómo podría involucrar a los clientes en estas prácticas responsables?

Entrevistado: “eventos, redes sociales”

9. ¿Cree que el Hotel Campestre el Danubio debe dar a conocer las prácticas que realiza en materia de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “claro que si”

¿De qué forma?

Entrevistado: “eventos, redes sociales”

Entrevista No 8

1. Califique el servicio que le presta el Hotel Campestre el Danubio:

Entrevistado: “bueno”

2. ¿Cómo es el trato que le brinda el personal de Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “amable, son muy atentos”

3. ¿Qué aspectos mejoraría del Hotel Campestre el Danubio, (productos, servicios, infraestructura, entre otros)?

Entrevistado: “me parece un espacio demasiado grande para tener solo una piscina, no hay salvavidas”

4. ¿Qué percepción tiene de las prácticas responsables que desarrolla el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “no se”

5. ¿Cómo considera que son las actividades que lleva a cabo el Hotel Campestre el Danubio en pro del cuidado y la conservación del medio ambiente y los recursos naturales?

Entrevistado: “si hacen actividades, no las dan a conocer a la comunidad”

6. ¿En el momento de elegir un hotel, su decisión se ve influenciada por aquellos que efectúan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no”

7. ¿Qué prácticas debería desarrollar el Hotel Campestre el Danubio para ser más socialmente responsable?

Entrevistado: “implementar caminatas ambientales con las instituciones educativas, (recorridos, cuidados y preservación el medio ambiente”

8. ¿Cómo podría involucrar a los clientes en estas prácticas responsables?

Entrevistado: “implementando actividades llamativas relacionadas con el medio ambiente, (pasadías, caminatas, shows de títeres para niños, recreacionistas), todo enfocado al cuidado del medio ambiente”

9. ¿Cree que el Hotel Campestre el Danubio debe dar a conocer las prácticas que realiza en materia de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “claro, falta divulgación que a su vez les sirve como publicidad”

¿De qué forma?

Entrevistado: “redes sociales de forma continua, subiendo todos las actividades que se realicen”

Entrevista No 9

1. Califique el servicio que le presta el Hotel Campestre el Danubio:

Entrevistado: “bueno”

2. ¿Cómo es el trato que le brinda el personal de Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “bueno”

3. ¿Qué aspectos mejoraría del Hotel Campestre el Danubio, (productos, servicios, infraestructura, entre otros)?

Entrevistado: “la infraestructura”

4. ¿Qué percepción tiene de las prácticas responsables que desarrolla el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “no se”

5. ¿Cómo considera que son las actividades que lleva a cabo el Hotel Campestre el Danubio en pro del cuidado y la conservación del medio ambiente y los recursos naturales?

Entrevistado: “no se “

6. ¿En el momento de elegir un hotel, su decisión se ve influenciada por aquellos que efectúan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no”

7. ¿Qué prácticas debería desarrollar el Hotel Campestre el Danubio para ser más socialmente responsable?

Entrevistado: “cuidado del medio ambiente”

8. ¿Cómo podría involucrar a los clientes en estas prácticas responsables?

Entrevistado: “con capacitaciones”

9. ¿Cree que el Hotel Campestre el Danubio debe dar a conocer las prácticas que realiza en materia de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “sí”

¿De qué forma?

Entrevistado: “redes sociales”

Entrevista No 10

1. Califique el servicio que le presta el Hotel Campestre el Danubio:

Entrevistado: “muy bueno”

2. ¿Cómo es el trato que le brinda el personal de Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “bueno”

3. ¿Qué aspectos mejoraría del Hotel Campestre el Danubio, (productos, servicios, infraestructura, entre otros)?

Entrevistado: “la infraestructura”

4. ¿Qué percepción tiene de las prácticas responsables que desarrolla el Hotel Campestre el Danubio?

Entrevistado: “no se”

5. ¿Cómo considera que son las actividades que lleva a cabo el Hotel Campestre el Danubio en pro del cuidado y la conservación del medio ambiente y los recursos naturales?

Entrevistado: “no se”

6. ¿En el momento de elegir un hotel, su decisión se ve influenciada por aquellos que efectúan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “no”

7. ¿Qué prácticas debería desarrollar el Hotel Campestre el Danubio para ser más socialmente responsable?

Entrevistado: “cuidado del medio ambiente”

8. ¿Cómo podría involucrar a los clientes en estas prácticas responsables?

Entrevistado: “con capacitaciones”

9. ¿Cree que el Hotel Campestre el Danubio debe dar a conocer las prácticas que realiza en materia de Responsabilidad Social Empresarial?

Entrevistado: “sí”

¿De qué forma?

Entrevistado: “redes sociales”