

**ESTUDIO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE
RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL EN EL POSICIONAMIENTO DEL HOTEL
ALMIRANTE CARTAGENA DE INDIAS**

**YINA PAOLA ARAGON AVILA
KATIA MILENA DE ORO MEDINA**

**Monografía para optar al título de
Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras.**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA COLOMBO INTERNACIONAL
UNICOLOMBO**

CARTAGENA DE INDIAS

2016

Estudio de la implementación de los programas de responsabilidad social empresarial en el posicionamiento del Hotel Almirante Cartagena

Resumen

La responsabilidad social empresarial es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente.

En Cartagena de Indias el turismo es un importante sector económico que deja numerosas utilidades a la ciudad por su dinamismo. Entre estas ventajas se pueden mencionar: oferta de empleos y contribución al desarrollo regional. Sin embargo el turismo de la ciudad presenta varias deficiencias que afectan la competitividad y sostenibilidad esto se debe en parte a la gestión inadecuada por parte de las empresas estatales y privadas, pero también su disponibilidad de personal calificado. Ante esta situación con el objetivo de realizar un análisis de este tema, se lleva a cabo una investigación aplicada al Hotel Almirante Cartagena de indias.

En el presente trabajo se identificarán las estrategias y programas de responsabilidad social empresarial que han contribuido a la certificación de Cartagena de Indias como destino turístico sostenible por parte del Hotel Almirante Cartagena, en el desarrollo del primero objetivo específico se basa en explicar todas las partes interesadas de la Responsabilidad empresarial, pero se profundizara en los siguientes objetivos en la responsabilidad ambiental y su importancia para el posicionamiento del Hotel.

Palabras Claves: Responsabilidad social empresarial, normativa, Hotel Almirante Cartagena de Indias, sostenibilidad ambiental.

TABLA DE CONTENIDO

I RESUMEN

II PALABRAS CLAVES

III. ABSTRACT

IV. INTRODUCCION

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	7
2. OBJETIVOS	7
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	7
2.3 JUSTIFICACION	8
3. MARCO REFERENCIAL.....	10
3.1 MARCO TEORICO.....	10
3.2 MARCO CONCEPTUAL	12
3.3 MARCO LEGAL.....	14
4. DISEÑO METODOLOGICO.....	16
4.1 METODOLOGIA	16
4.1.1 TIPO DE INVESTIGACION	16
4.2 POBLACION Y MUESTRA.....	16
4.2.1 POBLACION.....	16
4.2.2 MUESTRA	17

5. Identificar los programas de responsabilidad social empresarial referidos, adelantados por el hotel Almirante Cartagena de Indias, su relación con los stakeholders o las partes interesadas y determinar su grado de cumplimiento	18
6. Evaluar cuales aspectos han favorecido y cuales han dificultado el desarrollo del programa De responsabilidad social ambiental que contribuye al posicionamiento del hotel	32
7. Analizar cuáles han sido los aportes del programa de responsabilidad social ambiental para el posicionamiento del hotel Almirante en la ciudad de Cartagena.....	34
8. CONCLUSIONES	37
9. BIBLIOGRAFIA	39

Tabla de gráficos

Grafico 1. Valores y coherencia.....	23
Grafico 2. Publico interno	25
Grafico 3. Proveedores.....	28
Grafico 4. Relación con los consumidores.....	29
Grafico 5. Relación con la comunidad.....	30
Grafico 6. Relación con el medio ambiente	31

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Agradecimientos

A Dios por la inteligencia, el entendimiento y la paciencia en la realización de este trabajo, a mis padres por su constante apoyo y ayuda en la trayectoria de mis estudios, a mi compañera de trabajo de grado Katia De Oro Medina por su colaboración y compañía en todo momento, a los profesores Giselle González, Sandra Hidalgo y Rafael Flórez por su asesoría y seguimiento en este proceso.

YINA PAOLA ARAGON AVILA

A Dios por saber guiarme en este proceso, a mis padres por su apoyo y motivación en el transcurso de mi carrera; a mi compañera de trabajo de grado Yina Aragón Ávila por el acompañamiento en este proceso tan importante para mi vida, y a los profesores que nos asesoraron en todo momento.

KATIA MILENA DE ORO MEDINA.

Introducción

La responsabilidad social empresarial es el compromiso consecuente de las empresas con el desarrollo de la humanidad y la conservación del medio ambiente.

En Cartagena de Indias gracias al turismo se obtienen ventajas como son, empleos y desarrollo regional, al igual que desventajas que alteran la sostenibilidad y la competitividad, estas decadencias se dan debido al poco compromiso que muestran ciertas empresas en la ciudad. Es muy importante que una empresa en una localidad se muestre comprometida con la comunidad, empleados, medio ambiente, proveedores, consumidores para que se pueda mostrar como una empresa con responsabilidad social corporativa, con base en este tema la presente investigación se refiere a un estudio de la implementación de los programas y estrategias de responsabilidad empresarial que han contribuido al posicionamiento del Hotel Almirante Cartagena de Indias.

El primer objetivo específico se refiere a una explicación acerca de todas las partes interesadas o stakeholders de la responsabilidad social empresarial, y en el segundo y tercer objetivo específico se profundizara en la responsabilidad social ambiental y en los programas que lleva a cabo el hotel , que han contribuido en su posicionamiento en la ciudad de Cartagena de Indias.

1. Planteamiento del problema

La Responsabilidad Social Corporativa es una estrategia práctica que le permite a las empresas evaluar el grado de desarrollo de sus estrategias, políticas y prácticas en los distintos ámbitos que involucra la responsabilidad de un buen ciudadano corporativo.

A través de la evaluación la empresa podrá conocer a nivel cualitativo como cuantitativo, su desempeño en cuanto a la responsabilidad social empresarial. Además hace referencia a las relaciones de la empresa con el entorno donde actúa.

Este entorno, tanto interno como externo, está formado por diferentes colectivos como empleados, accionistas, clientes, proveedores, organismos públicos y sociedad en general. Todos estos grupos son 13 conocidos como los stakeholders o grupos de interés y según Freeman (1984) son aquellos que afectan o son afectados por el accionar de la organización empresarial.

Desde hace un tiempo, la sociedad está demandando que las empresas tengan en cuenta a todos los grupos de interés y realicen una gestión integral de todas esas relaciones en la que puedan satisfacer las demandas de todos los grupos y, no centrarse únicamente en la satisfacción de los accionistas. Actualmente Cartagena de Indias tiene certificación de destino turístico sostenible, pero no todos los hoteles están adoptando esta cultura de responsabilidad social empresarial, teniendo en cuenta que en el año 2017 todos los hoteles deben aplicar estrategias de sostenibilidad para poder obtener certificación, por esta razón se seleccionó como muestra en el cual se hará un análisis de las acciones, estrategias y políticas que están llevando a cabo el Hotel Almirante Cartagena de Indias, en la ciudad para la contribución a la sostenibilidad.

1.2 Formulación del problema

¿En qué medida los programas de responsabilidad social empresarial del Hotel Almirante Cartagena han contribuido a la certificación y su posicionamiento, durante el periodo comprendido 2004 al 2014?

2. Objetivos.

2.1 Objetivo General.

Analizar de qué manera los programas de responsabilidad social empresarial adelantados durante los años 2004 al 2014 por el Hotel Almirante Cartagena ha contribuido al posicionamiento del hotel en la ciudad.

2.2 Objetivos Específicos.

1. Identificar los programas de responsabilidad social empresarial referidos, adelantados por el Hotel Almirante Cartagena, su relación con los stakeholders o las partes interesadas y determinar su grado de cumplimiento.
2. Evaluar cuáles aspectos han favorecido y cuáles han dificultado el desarrollo del programa de responsabilidad social ambiental que contribuye al posicionamiento del hotel.
3. Analizar cuáles han sido los aportes del programa de responsabilidad social ambiental para el posicionamiento del hotel Almirante en la ciudad de Cartagena.

2.3 Justificación

La aprobación del Código Ético Mundial para el Turismo en 1999 y la constitución en el año 2003 del Comité Mundial de Ética del Turismo, de acuerdo con la OMT se busca promover un orden turístico mundial equitativo, responsable y sostenible, en beneficio mutuo de todos los sectores de la Sociedad y en un entorno de economía internacional abierta y liberalizada, así mismo busca fomentar el turismo responsable y sostenible al que todos tengan acceso en ejercicio del derecho que corresponde a todas las personas emplear su tiempo libre con fines de ocio y viajes, la naturaleza del turismo como actividad aporta además, una dimensión extra a la sociedad anfitriona, la que acoge en su entorno natural y sociocultural de la actividad hotelera y turística.

Teniendo en cuenta lo anterior podemos resaltar que uno de los aspectos más importantes hoy en día en la industria el turismo es que se lleven a cabo políticas ambientales para poder así llegar a tener un destino turístico sostenible. Cartagena de Indias como uno de los destinos turísticos más importantes a nivel nacional en la industria del turismo debe acogerse a este modelo implementando estrategias enfocadas a la inclusión y la competitividad, lo cual impactará positivamente la industria.

Debido a la gran problemática que se da actualmente a nivel ambiental, como el calentamiento global, se observa la necesidad de realizar un análisis en cuanto a la Responsabilidad social empresarial del Hotel Almirante Cartagena en la parte ambiental, los beneficios que trae a las empresas que lo practican, y la contribución al desarrollo sostenible, con la incorporación de medidas que preservan el entorno como: La reducción de los gastos de consumo energético,

minimización de residuos y mejora de su gestión, mejora la imagen pública de la empresa y permite incorporar criterios ambientales en las decisiones de compra del colectivo consumido.

3. Marco Referencial:

3.1 Marco teórico

Miguel Ángel Gardetti, a propósito del tema de la responsabilidad ambiental señala que:

“La responsabilidad ambiental se basa en lo ético y operativo, el cual por un lado, está organizado en una ética de correspondencia y compromiso (intergeneracional) que induce hacia una forma distinta de tramitar, producir, consumir y relacionarse entre las empresas y su entorno. Así mismo, responde a necesidades ejecutantes de los diferentes agentes públicos y privados, que buscan la mayor innovación y (Eco) eficiencia para así tener un mejor resultado en sus gestiones. Por ejemplo, la empresa puede ser rentable a largo plazo; la entidad fiscalizadora puede ser efectiva en su labor; o la ONG puede fortalecer su sostenibilidad y desarrollo institucional” (2004, p.23).

Es decir la responsabilidad ambiental busca que en lo ético y operacional que son agentes importantes para llevar a cabo la finalidad de las empresas de una región, la creación de estrategias de innovación en cuanto al consumo, producción y tramites de gestiones para el compromiso de estas con el ambiente y el entorno.

Núñez Gioconda, sobre la Responsabilidad Social ambiental. Plantea que “La responsabilidad ambiental en el plano interno o intramuros, con implicaciones que aseguran una adecuada gestión de los residuos, prevención de los posibles daños o impactos ambientales derivados de la propia actividad (solución de “comienzo de tubería), estímulo y desarrollo de la eco eficiencia, maximización de los posibles beneficios ambientales de la Actividad, y en general utilización de los recursos naturales pertinentes” (Núñez Gioconda, 2003, p. 2).

Es decir el apropiado manejo de residuos, prevenir en cuanto a impactos ambientales negativos que se dan por la actividad de la organización y extender los beneficios ambientales con la utilización de recursos naturales. Luis Jorge Garay afirma:

‘En general, entre los economistas, antes de que surgiera el tema ambiental, Sostenibilidad se consideraba el ambiente y las condiciones necesarias para garantizar que la economía en sí misma tuviera un patrón de crecimiento dinámico, que pudiera retroalimentarse a través del tiempo para garantizar unas tasas de crecimiento de mediano y largo plazo perdurables. Y en ese sentido, la sostenibilidad hacia básicamente referencia al patrón de acumulación y de especialización de la economía que garantizara tasas de crecimiento sostenibles en el mediano y largo plazo’ (Luis Jorge Garay, 2002.p.28).

Lo anterior nos indica que la sostenibilidad se basaba más que todo en el crecimiento de la economía, se fundamenta en que mientras hubiese sostenibilidad en el entorno la economía tendría un afanoso incremento que responderían a un aumento económico.

Después de analizar los aspectos generales acerca de la Responsabilidad social empresarial se analizaron algunos trabajos académicos en el cual se enfatiza en el concepto de sostenibilidad ambiental y las acciones concretas que realiza el sector hotelero para cumplir con este objetivo, entre estos encontramos a Juan Martin Aguirre de Mena, con su tesis Gestión medioambiental de la empresa turística: estudio empírico de los hoteles de la costa del sol (2001) habla Sobre la economía y los recursos medioambientales en el que plantea que la ciencia de la Economía se ha centrado tradicionalmente, entre otras cuestiones, en los problemas de elección y de decisión sobre bienes y más concretamente en cómo el hombre, para hacer frente y atender sus necesidades, emplea recursos escasos que pueden usarse en forma alternativa.

3.2 Marco conceptual

En el siguiente trabajo se tratarán términos muy importantes como son: responsabilidad ambiental, sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social empresarial. A continuación se proporcionará un concepto de cada uno de estos términos.

Responsabilidad Ambiental:

En el blog Todo Marketing by Kraken Network se afirma lo siguiente: “Es el compromiso que tiene una empresa en relación a la preservación y cuidado del medio ambiente, esto no se refiere solo a lanzar campañas de publicidad que apoyen una causa medioambiental, sino a evaluar todos los recursos naturales que la empresa utiliza para la creación de sus productos o servicios, como la energía eléctrica, el agua, materiales usados, como materia prima, materiales utilizados para el empaque y embalaje”(Blog Todo Marketing ,2013) Es decir es el compromiso de la empresa con el medio ambiente, es medir la manera como la organización le da uso a la energía, agua, materiales usados para empaques y embalaje, o usados para su actividad. Teniendo en cuenta que hoy en día es tendencia las conductas de conciencia ambiental, es decir mientras que el producto tenga o le dé más cuidado al medio ambiente al realizar sus productos la empresa tendrá un aumento en sus ventas.

Sostenibilidad Ambiental:

Brice M. Truyenque Taipe en su lectura Aventurándonos a cuidar nuestro ambiente, afirma que:

La sostenibilidad ambiental es el equilibrio que se genera a través de la relación armónica entre la sociedad y la naturaleza que lo rodea y de la cual es parte. Esta implica lograr resultados de desarrollo sin amenazar las fuentes de nuestros recursos naturales y sin comprometer los de las futuras generaciones. En ese sentido, es importante considerar que el aspecto ambiental, más allá de tratarse de un área

concreta del desarrollo humano, es en realidad el eje de cualquier forma de desarrollo a la que queramos aspirar (Brice M. Truyenque, 2014 p. 1)

Responsabilidad Social Empresarial:

La organización Centra RSE en un documento llamado ¿Que es RSE? Expedido en el año 2006 afirma: “Es hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley. La empresa (no el empresario) tiene un rol ante la sociedad, ante el entorno en el cual opera. La RSE es el rol que le toca jugar a las empresas a favor del Desarrollo Sostenible”. (Organización Centra RSE, 2006, p. 1).

Es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Este equilibrio es vital para la operación de los negocios” Esto quiere decir que la empresa está comprometida con la naturaleza y la sociedad de acuerdo a leyes o normativas del lugar donde se encuentre la organización, y hacer un balance o equilibrio en los recursos naturales que esta utiliza donde no se den daños al medio ambiente.

Responsabilidad Social Empresarial:

Está juega un papel muy importante, en la medida que sea entendida como una herramienta de gestión y compromiso al que se adhieren las unidades empresariales, permitiéndoles mejorar el dinamismo de sus operaciones y orientar sus procesos internos de tal manera que se puedan alcanzar niveles idóneos de bienestar de forma integral en toda la organización. (José julio Vergara Arrieta, 2013, p. 91).

3.3 Marco legal

De acuerdo a la Ley 99 de 1993, podemos destacar lo siguiente:

Tema General: Gestión y conservación del medio ambiente.

De esta ley podemos resaltar algunos aspectos relacionados con nuestro tema entre los que encontramos: Reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, y organiza el Sistema Nacional Ambiental.

La normatividad ambiental incentiva a las empresas, comunidades o personas naturales que realicen esfuerzos para lograr el objetivo común de tener un ambiente adecuado para las generaciones futuras.

- a) la Deducción del Impuesto de Rentas para Inversiones en Sistemas de Control y Mejoramiento Ambiental
- b) la Exclusión de Impuesto al Valor Agregado –IVA- por compra de maquinaria y equipos que hagan parte integral de un sistema de control y monitoreo ambiental

- PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2014- 2018

En esta ley se pueden decir que el tema general es la creación de estrategias que le apuestan al desarrollo turístico Sostenible donde establece la obligatoriedad de los prestadores de servicios turísticos, en la implementación de las normas técnicas sectoriales de turismo sostenible. En el entendido de que este es un proceso en el que muchos prestadores deberán trabajar fuertemente para el logro de la certificación, el Gobierno Nacional ha creado estímulos tales como el Premio Nacional de Turismo Sostenible, el cual ya institucionalizado deberá seguirse

realizando, en aras de propiciar en el sector el uso de buenas prácticas. (Plan sectorial de Turismo 2014-2018- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

- LEY 300 DE 1996

Es la ley general del turismo en esta ley se determina la importancia de la industria turística para el desarrollo del país y la cual cumple una función social.

Gracias a esta ley se estableció que corresponde a los Departamentos, a las Regiones, al Distrito Capital, a los Distritos, Municipios y a las comunidades indígenas, la elaboración De Planes Sectoriales de Desarrollo. (1996)

- NORMA TÉCNICA SECTORIAL COLOMBIANA NTS-TS 002- 2006

De acuerdo a esta norma técnica se anexa y se presenta un listado de referencia, es decir, el conjunto específico de leyes, decretos y resoluciones, los cuales están asociados con los temas ambientales que trata esta norma.

En los que se encuentran los siguientes requisitos específicos de tipo ambiental:

- Gestión de agua.
- Gestión de la energía.
- Consumo de productos.
- Manejo de residuos.
- Manejo de la contaminación atmosférica, auditiva y visual.
- Participación en programas ambientales.
- Residuos peligrosos.

4. Diseño metodológico

4.1 Metodología

Esta investigación adopta un análisis de tipo mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo, y se divide en tres partes principales. La primera parte es teórica y tiene como finalidad describir y discutir el concepto de responsabilidad ambiental, la segunda parte es analítica, pretende investigar su aplicación práctica por parte del Hotel Almirante Cartagena. La tercera parte, interpretativa, tiene como finalidad relacionar la parte teórica con los resultados obtenidos del proceso de análisis en los hoteles que sean objeto de estudio en la ciudad de Cartagena.

4.1.1 Tipo de investigación:

El tipo de investigación que se lleva a cabo es descriptiva, esta se define como “tipo de investigación que busca describir un fenómeno: especificar propiedades, características y rasgos importantes de una investigación” (Hernández et al, 2006, p. 35.)

4.2 Población y Muestra

4.2.1 Población

La población de estudio estará constituida por el personal que labora en el Hotel Almirante Cartagena

4.2.2 Muestra

El muestreo realizado es por conveniencia, puesto que la información será suministrada por el Departamento de Calidad, siendo esta una fuente directa de datos para la solución de los objetivos.

5. Identificar los programas de responsabilidad social empresarial referidos, adelantados por el Hotel Almirante Cartagena, su relación con los stakeholders o las partes interesadas y determinar su grado de cumplimiento.

Los stakeholders es un término inglés, que en el ámbito empresarial, significa ‘interesado’ o ‘parte interesada’, esto se refiere a todas aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades o decisiones de una empresa. En toda organización además de sus propietarios, participan diversos actores claves y grupos sociales que están constituidos por las personas o entes que de una manera u otra, tienen interés en el desempeño de una empresa porque están relacionadas ya sea directa o indirectamente con ella. En este grupo podemos destacar a: empleados, clientes, proveedores, accionistas, sindicatos, organizaciones civiles, la sociedad y la comunidad en general.

La confederación de la producción y del comercio & prohumana, 2006 en el Manual RSE para pymes expone 6 dimensiones de la responsabilidad social empresarial las cuales se aplicaran en este estudio, estas son:

Valores y coherencia: La dimensión Valores y Coherencia se refiere a todo el comportamiento ético de una empresa. Esto significa que las empresas establecen un marco ético que orienta su actuar, delimitando cómo deben actuar quienes forman parte de la empresa y cómo será la relación que establecen con los distintos públicos de interés externos, tales como los proveedores, los consumidores, el medioambiente y la comunidad (Confederación de la producción y el comercio, 2006, p.15)

De acuerdo al concepto anterior se puede decir que los valores de una empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define así misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus líderes. Los valores de la empresa deben percibirse al entrar en ella y que todo lo que se hiciera fuera coherente con los mismos.

Otro aspecto importante a resaltar que expone la Confederación de la producción y el Comercio sobre los valores y la coherencia es lo siguiente:

La gestión ética de una empresa se construye sobre la base de sus valores. A partir de ellos se van configurando las acciones que son aceptadas y no aceptadas por la empresa. Ejemplos de valores de una empresa son: honestidad, transparencia, confianza, eficiencia, solidaridad, etc. Una forma de establecer cuáles serán los valores de una empresa es reflexionar acerca de qué es lo distintivo de ella y esa distinción convertirla en un valor. Además, es fundamental que ellos se plasmen en acciones concretas, de manera que todos sus miembros sepan cómo aplicarlos (Confederación de la Producción y el Comercio, 2006, p.15)

Público Interno: Sobre el público interno en su manual de RSE para pymes, la confederación de la producción y el comercio, lo define como:

La dimensión público interno se refiere al desempeño de la empresa en relación con sus empleados, por lo tanto, es una dimensión que abarca distintos ámbitos. La forma en que se configura este tipo de relación es la que marca en gran medida el funcionamiento de la empresa, dotando de sentido la relación y conformando un tipo de cultura distintivo, a la vez que permite asegurar la permanencia de la misma en el tiempo.

Potenciar estos elementos fortalece el crecimiento profesional y personal de los miembros de la empresa, a la vez que conforma una cultura organizacional que promueve el sentimiento de pertenencia hacia la empresa, su lealtad y compromiso (Confederación de la Producción y el Comercio, 2006, p.15)

Lo anterior nos indica que el público interno está conformado por los empleados, directivos y accionistas de una organización, el éxito en la operación depende del clima organizacional y las relaciones entre los miembros de la empresa y se puede decir que la satisfacción personal y empoderamiento que tenga cada individuo se verá reflejado en el desempeño que tenga al realizar sus actividades.

Relación con proveedores: Sobre la relación con los proveedores en su Manual de RSE para pymes, la confederación de la producción y el comercio, lo define como:

Esta dimensión, como su nombre lo indica, considera la actuación de la empresa en relación a sus proveedores. Entendemos como proveedores a la o las personas o empresas que proporcionan productos o servicios a la empresa.

Esta dimensión supone el establecimiento de relaciones a largo plazo, promoviendo el compromiso activo de ambas partes. Asimismo, un buen desempeño en esta materia está asociado a la generación de políticas, códigos y normas orientadas a resguardar las condiciones laborales y la constitución de acuerdos comerciales que permitan el desarrollo de las empresas proveedoras y, especialmente, aquellas que generan un desarrollo económico y social a nivel local (Confederación de la Producción y el Comercio, 2006, p.15)

De acuerdo a la anterior se puede decir que aunque ambos agentes sean independientes, existe una relación mutua que benéfica y aumenta la capacidad de ambas de crear un valor agregado a sus respectivas identidades empresariales y así crecer económicamente y aumentar las relaciones. Las principales características para elegir un proveedor eficaz es conocer la rapidez en las diligencias que realiza y la responsabilidad en el momento de proveer un producto o un servicio, por ejemplo: el retraso de un pedido significa la pérdida de dinero y hasta de clientes.

Relación con consumidores: El Manual de RSE para pymes, la confederación de la producción y el comercio, lo define como:

La actuación con los consumidores es un elemento fundamental para la proyección de una empresa. Su comportamiento puede aumentar o disminuir las ventas de un determinado producto e influye fuertemente en la marca o sello de una empresa.

Esta relación destaca que en la empresa debe haber la implementación de prácticas, sistemas y políticas orientadas a mantener la fidelidad y bienestar del consumidor, estableciendo formas de comunicación que generen una retroalimentación constante y que permitan resolver conflictos, y mejorar tanto el proceso de producción como el producto final. (Confederación de la Producción y el Comercio, 2006, p.15)

Esta relación es vital para el crecimiento de una empresa, porque define el éxito de su servicio o producto, para lograr eso es necesario utilizar estrategias que ayuden a ganar más clientes y a la vez fidelizar a los que ya hacen parte de los clientes frecuentes, esto se logra teniendo en cuenta que hay que tratar a cada cliente diferente y de forma diferente de acuerdo a sus necesidades.

Relación con la comunidad: El Manual de RSE para pymes, la confederación de la producción y el comercio, lo define como

La dimensión Relación con la Comunidad tiene que ver con cómo la empresa establece relaciones con los diversos públicos de interés que ella tiene; así como la relación que establece con su comunidad cercana y con la sociedad en la que está inserta. Hoy en día es común escuchar que las grandes empresas implementan políticas de “buen vecino”. Esto es uno de los aspectos que incorpora esta dimensión y que tienen que ver con establecer relaciones armoniosas con el entorno en que la empresa se encuentra inserta. Cuando la empresa se encuentra en un ambiente hostil, donde sus vecinos están descontentos con su presencia, y la sociedad en general critica su actuar, el desempeño de ella se vuelve mucho más difícil y, de esta manera, menos exitosa. Por el contrario, insertarse en la comunidad de manera positiva, generando relaciones de confianza y transparentes, permite a la empresa contar con una red de apoyo que es propicia para el éxito y desarrollo sustentable de su negocio. (Confederación de la producción y el comercio, 2006, p.15)

Así, la relevancia social de las organizaciones ha aumentado considerablemente, y por lo mismo, los alcances que posee afectan a toda la sociedad. La influencia de las empresas en diversos ámbitos de la vida diaria implica la adopción de un rol que se extiende más allá del simple campo de acción tradicional de la misma, es decir tiene injerencia directa en el entorno, la sociedad, el medio ambiente, entre otros temas.

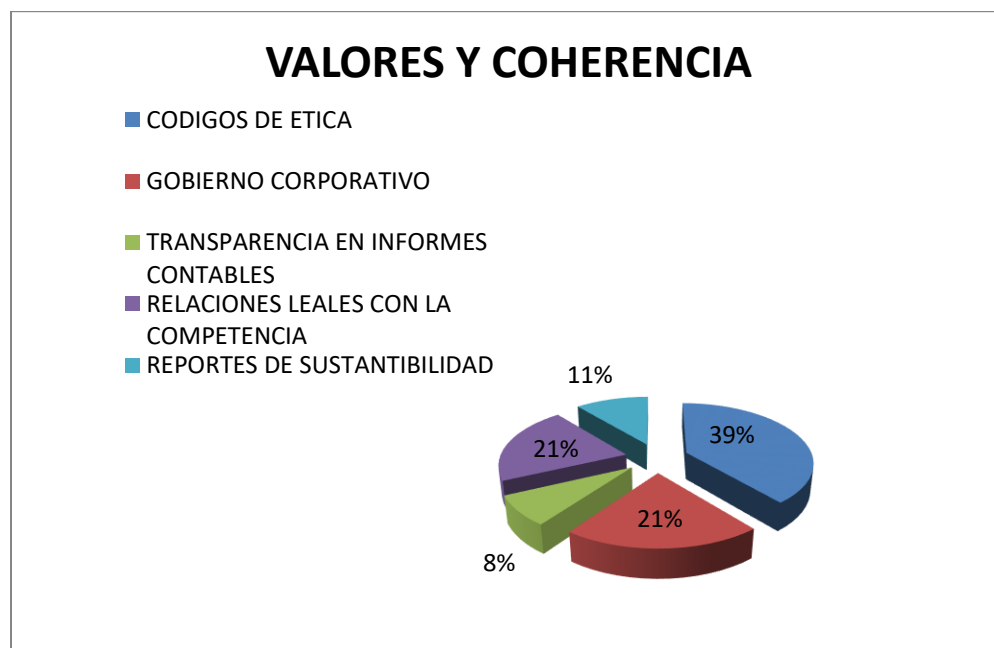
En este contexto, la Responsabilidad Social Empresarial se traduce en asumir y preocuparse por los efectos de los impactos de sus operaciones en la sociedad. Un comportamiento empresarial ético no se limita solamente en cumplir con consideraciones morales o legales, sino que toma en cuenta diversas aristas que sí se traducen en efectos directos para la comunidad.

Medio Ambiente: El Manual de RSE para pymes, la confederación de la producción y el comercio, lo define como:

Las actividades que realiza la empresa que genera algún tipo de impacto ambiental como son: prácticas, políticas y la gestión ambiental que hacen una empresa sostenible. Ejemplos de impacto ambiental son: generación de ruidos y olores contaminantes; botar escombros; no guardar en forma adecuada los residuos o desechos peligrosos, provocando derrames; botar basura en la calle, como papeles y material de oficina (Confederación de la producción y el comercio, 2006, p.15)

Es decir que actualmente todas las compañías deben comprometerse a cumplir con la preservación del medio ambiente, garantizando así el bienestar del ser humano y el medio ambiente, y para ello se deben cumplir estrictamente todas las normativas legales y obligaciones en cada sector empresarial.

Grafico 1. Valores y coherencia

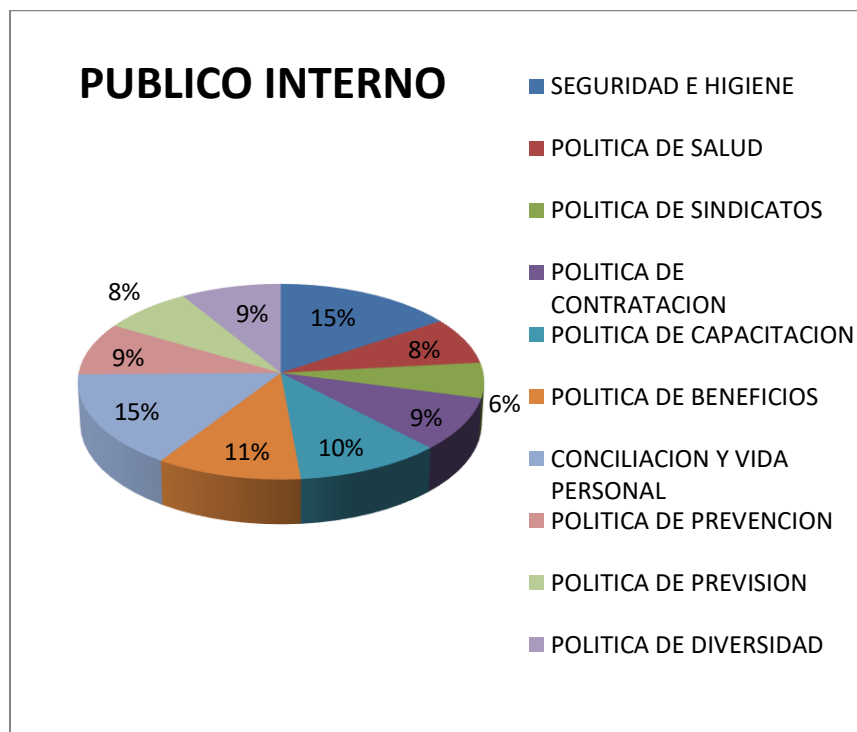


Fuente: Departamento de Calidad: Responsabilidad Social Corporativa en el hotel Almirante Cartagena de Indias.

En esta grafica se puede observar que en el Hotel Almirante Cartagena de Indias se dan diferentes aspectos que se encuentran en las dimensiones de stakeholders de valores y coherencia. Como se observa un 39% corresponde a los códigos de ética es decir, la forma en que la empresa se relaciona en términos éticos con empleados, proveedores y la comunidad y en esta grafica se deduce que los empleados conocen los valores que rigen en la empresa y que estos son acatados por cada persona dentro de esta, en un 21% corresponde a gobierno corporativo que son todas aquellas personas que velan por el buen funcionamiento de la empresa y en esta se deduce que la empresa ha sido clara en cuanto a la definición de cargos y funciones y que son acatadas

por cada uno de sus empleados, respectivamente un 8% que son transparentes en los informes contables pero que también el acceso a estos es restringidos a personas externas de la empresa, comparativamente otro 21% son las relaciones leales con la competencia es decir la manera como el hotel trabaja con las demás empresas del sector hotelero donde se evidencia que estas se dan con respeto y transparencia, un 11% equivalen a los reportes de sustentabilidad muestra que se implementan políticas integradas con aspectos sociales, ambientales y económicos pero que no se muestran mayores detalles sobre estos en cuanto a páginas web, revistas , etc.

Grafico 2.Publico Interno



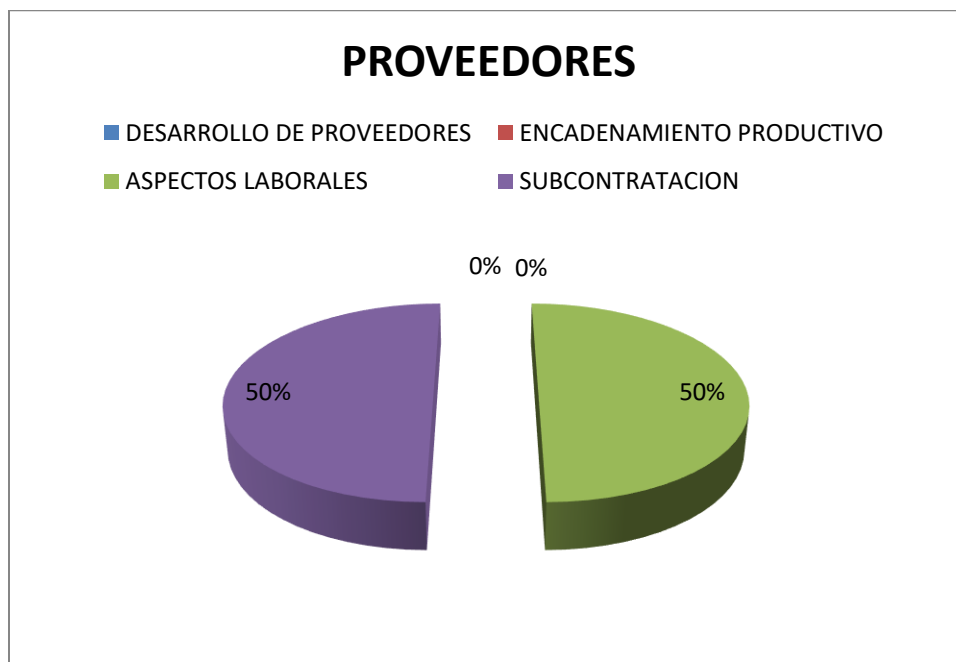
Fuente: Departamento de Calidad: Responsabilidad Social Corporativa en el hotel Almirante Cartagena de Indias.

La grafica 2 se puede identificar como el Hotel Almirante Cartagena de Indias, realizan los diferentes aspectos que conforman el stakeholders público interno, en el que se indica que un 16% corresponde a la seguridad e higiene donde considerando medidas preventivas, orientadas a reducir riesgos de accidentes y enfermedades laborales se han determinado los riesgos laborales propios de la actividad económica, se dictan charlas informativas o instancias similares para prevenir accidentes; respectivamente un 8% equivalente a la política de salud en donde se vela por la salud física y psicológica del empleado se manifiesta que la empresa promueve la existencia de un clima laboral sano, participativo, respetuoso y comunicativo, también se

implementan programas de salud orientados a la promoción de formas de vida saludable; proporcionalmente un 6% que trata de la política con los sindicatos u organizaciones de los trabajadores que posibilitan la representación de grupos de trabajadores en donde muestras sus inquietudes y demandas, en este caso en el hotel Almirante Cartagena de Indias no se promueven dichas organizaciones pero no se les impide dar sus puntos de vista y pueden manifestar sus inquietudes en el dpto. De recursos humanos, un 9% equivalente a las políticas de contratación nos dice que en la empresa existe una política de contratación diseñada bajo criterios objetivos y transparentes e igualitarios que impiden que se generen situaciones de discriminación y promueve la igualdad de condiciones para todos los cargos, estos se llevan a cabo en el dpto. De recursos humanos del hotel, además del reglamento interno de orden, higiene y seguridad, donde se identifican las obligaciones y prohibiciones a que deben ajustarse los empleados del hotel, correspondientemente un 11% indica que en la empresa existe una política de capacitación en donde aporta a la generación de conocimientos que beneficia tanto a la empresa como empleados y también se les da la oportunidad de desarrollar sus potencialidades de forma profesional, el hotel Almirante Cartagena de Indias ofrece capacitaciones a todos los departamentos del hotel y existen mecanismos para promover y facilitar el acceso a estas capacitaciones; equitativamente un 11% equivalente a la política de beneficios que son una manera de elevar la satisfacción laboral y mejorar su calidad de vida arroja como resultado que en la empresa tiene una política de beneficios en donde se dan afiliaciones a seguros, se les otorga bonos de incentivos en algunos casos a horarios especiales para así garantizar el bienestar de los trabajadores y esta es conocida por todos y se encuentran satisfechos por los beneficios recibidos de esta, un 16% correspondiente a la conciliación, vida personal y vida laboral se evidencia que la empresa maneja horarios flexibles en casos especiales, realizan actividades de recreación y esparcimiento en la que se integran los

trabajadores con sus familias, comparativamente un 9% dice que las políticas de prevención y sanción del acoso están claramente reglamentadas en un manual dedicado a prevenir y sancionar situaciones de acoso sexual y este es conocido por todos los empleados guardando siempre la confidencialidad del proceso de las personas que puedan llegar a estar involucradas; distributivamente un 8% de la política de previsión nos dice que en la empresa incentivan el ahorro voluntario, como una forma de complementar los ingresos recibidos cuando los trabajadores se jubilan y también se les da ayuda psicológica cuando están próximos a retirarse de la vida laboral para que sepan cómo enfrentar este proceso y por ultimo un 9% de políticas de diversidad se dan criterios objetivos en la contratación y trato hacia los trabajadores para que se dé el respeto a la diversidad de etnias y géneros, y no la discriminación en las personas.

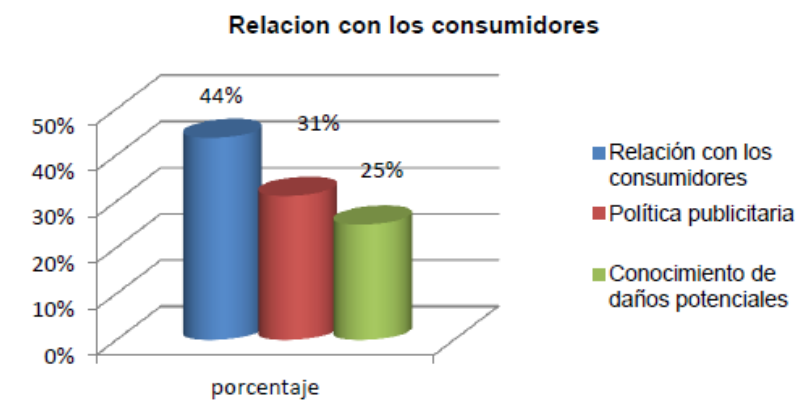
Grafico3. Proveedores



Fuente: Departamento de Calidad: Responsabilidad Social Corporativa en el hotel Almirante Cartagena de Indias.

En esta grafica se observa como el hotel lleva a cabo el stakeholder de proveedores que en un 50% de acuerdo a aspectos laborales y subcontratación no trabajan con empresas donde la mano de obra sea infantil ni tampoco con empresas donde se presente discriminación a sus empleados, esto, de acuerdo a las leyes que rigen en el país, otros componentes como encadenamiento productivo y desarrollo de proveedores no se pudo realizar análisis por no haber información.

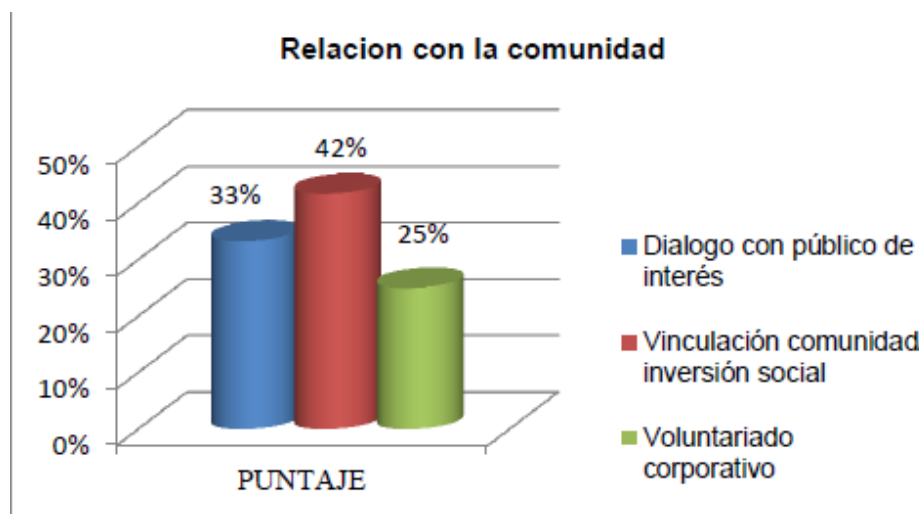
Grafica 4. Relacion con los consumidores



Fuente: Departamento de Calidad: Responsabilidad Social Corporativa en el hotel Almirante Cartagena de Indias

En esta grafica donde se desarrolla el stakeholder de relación con los consumidores se destaca que en un 44% indica que el hotel cuenta con mecanismos que ayudan a verificar la satisfacción del cliente y los aspectos a mejorar del hotel que se llevan a cabo por medio de reclamos y sugerencias, estos son divulgados por canales de comunicación con los que cuenta el hotel, un 31% indica que la publicidad que maneja el hotel lleva orientaciones éticas y el 25% indica sobre el conocimiento de daños potenciales y que en la empresa no se manejan sustancias prohibidas en el mercado.

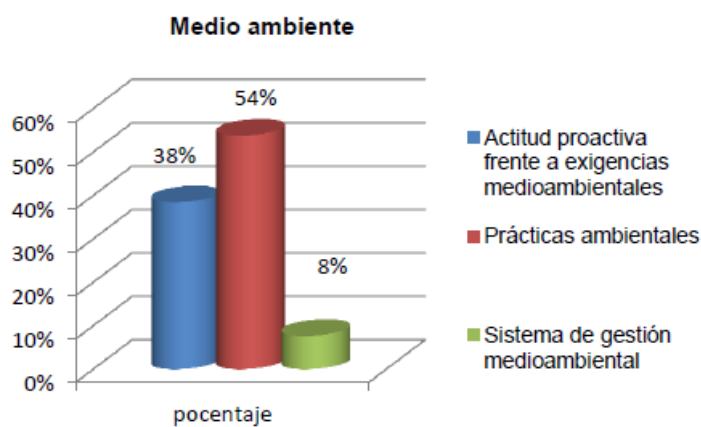
Grafica 5. Relación con la comunidad



Fuente: Departamento de Calidad: Responsabilidad Social en el hotel Almirante
Cartagena de Indias

En la gráfica 5 se puede observar que en el hotel se implementan los diferentes aspectos que conforman el stakeholders relación con la comunidad se puede observar que un 42% equivalente a vinculación comunidad / inversión social podemos decir que la empresa es generadora de iniciativas orientadas a apoyar las causas sociales, implementando proyectos de inversión a la comunidad, pero muy poco se evalúan estas iniciativas; un 33% que hace referencia a diálogos con público de interés la empresa tiene conocimiento de quienes son (clientes, proveedores, comunidad, etc.) pero no han elaborado una política de relación con estos, algunas veces se han generado proyectos en conjunto con estos.; un 25% hace referencia al voluntariado corporativo y nos dice que la empresa han organizado actividades con la comunidad en la que participan los trabajadores pero existen pocas facilidades para organizar estas actividades.

Grafica 6. Relación con el medio ambiente



Fuente: Departamento de Calidad: Responsabilidad Social Corporativa en el hotel Almirante Cartagena de Indias

En la gráfica 6 se puede observar que se implementan los diferentes aspectos que conforman el stakeholders medio ambiente se puede observar que un 54% correspondiente a las prácticas ambientales que ha desarrollado la empresa con público interno, así como la forma disminuir y de utilizar eficientemente servicios como agua y energía, también se han implementado prácticas para optimizar el uso de materias primas e insumos y el manejo de los residuos o desechos producto de la actividad desarrollada, se han desarrollado capacitaciones a los empleados acerca de las buenas prácticas medioambientales; un 38% hace referencia a la actitud proactiva frente a exigencias medio ambientales en la empresa se ha establecido una declaración de principios respecto a la actuación en términos ambientales preocupándose siempre de cumplir la legislación colombiana vigente correspondiente a los posibles impactos ambientales negativos, la empresa ha participado en equipos de trabajo en torno a temas ambientales, aportando y recogiendo ideas que fomentan la responsabilidad ambiental; un 8% que hace énfasis en el sistema

de gestión medio ambiental nos dice que la empresa tiene elaborada la política de gestión ambiental y las personas responsables de sus ejecución.

A continuación en los siguientes objetivos del trabajo se hace énfasis en la Responsabilidad Social Ambiental que se maneja en el hotel Almirante Cartagena de Indias, ya que es la parte interesada o stakeholder con que más información se cuenta en nuestra investigación, además de ser una de las más importantes hoy en día puesto a la problemática que se está afrontando a nivel mundial debido al calentamiento global y es importante investigar y conocer como este hotel está implementando ciertas medidas para contribuir al mejoramiento de esta problemática.

6. Evaluar cuáles aspectos han favorecido y cuales han dificultado el desarrollo del programa de responsabilidad social ambiental que contribuye al posicionamiento del hotel.

El Hotel Almirante ha tenido una actitud proactiva con respecto a los cambios ambientales que se ha tenido los últimos años causados por el calentamiento global, es decir, ha mostrado interés o preocupación por el impacto ambiental que se está dando a nivel mundial, por lo que están implementando, la adaptación de políticas ambientales en cuanto a sus empleados, proveedores y huéspedes.

Las prácticas de responsabilidad social ambiental en el Hotel Almirante son:

- Manejo adecuado de recursos e insumos: Esta práctica se lleva a cabo a través del uso de papel reciclable al interior de la empresa, reducir el consumo de papel donde en muchos casos utilizan el correo electrónico para transmitir alguna información internamente, utilizar ambas partes de un papel para notas internas.

- Disminuir y utilizar eficientemente servicio de energía con los empleados y huéspedes:
Esta práctica se lleva a cabo con el ahorro de consumo en el computador, pagar los equipos en horas de descanso y en horario de salida, apagar las luces de las oficinas cuando no se encuentre nadie en estas, así como también apagar los aires acondicionados cuando los empleados no se encuentren en las oficinas del hotel, en el caso del huésped se utilizan luces en los pasillos que solo se encienden cuando las personas pasan por el lugar.
- Disminuir y utilizar eficientemente servicio de agua: Esta se lleva a cabo con letreros en los baños de empleados y de las habitaciones donde indiquen cerrar las llaves de agua para cuando se laven las manos, dientes y para ducharse.
- Capacitaciones a los empleados acerca de las buenas prácticas medioambientales:
Capacitación a los trabajadores acerca de las buenas prácticas para posibilitar la implementación de estas dentro de la empresa.
- El uso de materiales biodegradables: Esta se lleva a cabo a través del uso de materiales como en: bolsas, cajas, papel higiénico, servilletas.

La política medio ambiental del hotel es:

“En B.C. Hoteles S.A. estamos comprometidos con el control y minimización del impacto ambiental generado por nuestras actividades, cumpliendo con las normas legales y desarrollando actividades de prevención y de formación ambiental para nuestros huéspedes, colaboradores, proveedores y partes interesadas; en procura del desarrollo sostenible de nuestro entorno inmediato y a la mejora continua de nuestro Sistema de Gestión”, tomado de página web: Hotel Almirante Cartagena de Indias.

En este caso se puede decir que la implementación de estas prácticas si han ayudado al posicionamiento del hotel en la ciudad de Cartagena, ya que es un hotel que se encuentra comprometido con el medio ambiente donde no solo capacita a sus empleados para que estos lleven

a cabo estas prácticas y las implementen adecuadamente sino que también lo hacen con los huéspedes indicándoles por medio de avisos en las habitaciones donde se les informa que el hotel maneja esta responsabilidad para que estos también se adapten a estas, pero también se ha dificultado un poco ya que por medios virtuales como la internet no hay evidencia de cómo el hotel maneja la responsabilidad medio ambiental con sus empleados.

7. Analizar cuáles han sido los aportes del programa de responsabilidad social ambiental para el posicionamiento del hotel Almirante en la ciudad de Cartagena.

Muchos son los temas ambientales que han cobrado importancia sobre las prácticas empresariales, desde hace algunos años: el consumo de energía y agua, la cantidad de desperdicios sólidos producidos, las emisiones de dióxido de carbono, uso de material reciclable, impacto ambiental sobre la cadena de producción, etc. La Responsabilidad Ambiental Empresarial es hoy mucho más que una iniciativa de reciclaje o de conservación de la energía.

Ser una Empresa Ambientalmente Responsable es considerar todos los impactos ecológicos que generan la producción y operación de la empresa. Todo dirigente de una organización, indistintamente del tamaño y del área a que ésta se dedique, puede orientarse a un enfoque de “mejores prácticas ambientales o producción más limpia”, donde tome al ambiente como elemento imprescindible para el desarrollo de sus actividades, este enfoque asegurará a las generaciones futuras su desarrollo, siendo una condición imprescindible para los sistemas de producción y consumo del siglo XXI.

El Hotel Almirante Cartagena practica la responsabilidad ambiental, lo cual ha aumentado la imagen positiva entre sus clientes, esto indica que los clientes de una empresa con buena reputación renuevan su compromiso, además de esto ha atraído a nuevos inversionistas.

Las acciones responsables también mejoran la imagen de la empresa frente a la comunidad empresarial y los inversionistas: ya que las empresas líderes son frecuentemente destacadas en los medios de comunicación, incluidos en fondos éticos y recomendadas a los fondos de inversión. Es de esperar que un inversionista descarte la posibilidad de colocar su dinero en una empresa que mantiene un historial grave de contaminación ambiental y opte por otra que se preocupe por el cuidado ambiental.

El Hotel Almirante Cartagena también ha aumentado los niveles de satisfacción, pertenencia y compromiso entre sus empleados debido a que las acciones comprometidas también promueven la concientización y el bienestar del público interno en la operación, lo que al mismo tiempo desarrolla de manera positiva el sistema de gestión en la organización.

Otro aporte de la práctica de la responsabilidad ambiental es la mejora de la relación con el entorno y ha incrementado la influencia de la empresa en otros hoteles de la misma categoría, también se habla de la reducción de los costos operativos ya que las acciones de RSE focalizadas especialmente en reducir la contaminación del medio ambiente logran reducir los gastos y la improductividad, por ejemplo: el reciclaje es una alternativa de amplia utilización por parte de las empresas de servicios, ya sea para extender la vida útil de equipos como para ahorrar costos de reemplazo. Por otro lado, el hotel se ha propuesto reducir emisiones de gases que contribuyen a optimizar la capacidad energética y reducir los gastos innecesarios.

Todas estas prácticas han permitido el posicionamiento y diferenciación de la marca frente a la competencia. Ya que una empresa que destine recursos en realizar emprendimientos sociales, o bien que realice acciones destinadas a disminuir la contaminación ambiental le otorgará a sus productos un valor agregado sobre los productos de la competencia.

Además todas estas prácticas también ayudan al hotel en su contribución con el desarrollo, mantenimiento y compromiso con la comunidad, empleados y medio ambiente y gracias a las políticas que hacen parte de cada uno de los stakeholders demuestra que es una empresa que está comprometida con su personal, con los proveedores, con la comunidad y lo más importante con el medio ambiente para así brindarles bienestar y una mejor calidad de vida a cada uno de estos.

8. Conclusiones

La Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso de una compañía con el medio ambiente y la comunidad, cuando la empresa lleva a cabo esta responsabilidad se compromete con la sociedad, empleados, proveedores, consumidores y con el medio ambiente. La responsabilidad social cuenta con stakeholders o partes interesadas que son las personas o demás organizaciones que se muestren afectadas directamente por las actividades de la empresa, en la investigación realizada se deduce la siguiente información de los stakeholders aplicados en el hotel Almirante Cartagena.

En el hotel Almirante Cartagena de Indias en cuanto a los stakeholders o partes interesadas como valores y coherencia se puede considerar que la empresa cuenta con códigos de éticas y manual de convivencia que son conocidos por todos los empleados del hotel, que además en su diaria labor tienen en cuenta valores como la sencillez y trabajo en equipo para así tener un buen ambiente laboral y con excelentes resultados, en la parte de relación con los proveedores mantienen un vínculo con aquellos que cumplen y llevan a cabo la normatividad legal para así generar confianza en sus servicios, en la dimensión publico interno el hotel está comprometido con el bienestar de todos sus empleados que conduce a una satisfacción personal de estos favoreciendo así el clima laboral y por ende un excelente servicio a sus huéspedes, en relación con los consumidores la compañía tiene en cuenta los reclamos y sugerencias que se reflejan en las encuestas para así saber cuan satisfecho estuvo el cliente y cuáles son los aspectos a mejorar en cuanto a la relación con la comunidad la empresa es generadora de iniciativas orientadas a apoyar las causas sociales, implementando proyectos de inversión a la comunidad, pero muy poco se evalúan estas iniciativas; hace referencia al voluntariado corporativo y nos dice que la empresa

han organizado actividades con la comunidad en la que participan los trabajadores pero existen pocas facilidades para organizar estas actividades.

Cabe destacar que en esta investigación de la Responsabilidad Social Empresarial se hace un énfasis en el stakeholder medio ambiental ya que se considera de gran importancia debido a los cambios de clima que se viven a nivel mundial y se quiso investigar y conocer cuáles son los aportes del hotel al mejoramiento de esta problemática.

En conclusión la Responsabilidad Social Ambiental hoy en día es uno de los aspectos más importantes que deben llevarse a cabo en una empresa ya que con programas y estrategias que se desarrollen en la compañía como manejo adecuado de recursos e insumos, disminuir y utilizar eficientemente servicios de energía y agua con empleados y huéspedes, uso de materiales biodegradables que son iniciativas que ha tomado el hotel Almirante Cartagena de Indias ayudan al calentamiento global que se presenta hoy en día y se suma a las empresas comprometidas con el medio ambiente, esto es significativo, ya que en muchos casos llama la atención de sus clientes y proveedores debido a que es un hotel eco amigable con el ambiente y hace fidelizar a estos con el hotel, además se avala la imagen y la marca del hotel aprovechando así esta marca para facilitar y mejorar sus estrategias de negocio.

Bibliografía

Manual RSE para PYMES, (2006) Presentación de la Confederación de la producción y del Comercio & Prohumana, Santiago de Chile.

Aguirre, Martin Juan. (2001) Gestión Medioambiental de la empresa turística. Tesis Doctoral de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Málaga.

Ayuso, Silvia. (2003), Gestión sostenible en la industria turística del sector hotelero de España. Tesis Doctoral de Administración Turística, Universidad Autónoma de Barcelona.

Barcellos, De Paula Luciano. (2008), Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad Empresarial. Tesis Doctoral de Economía, Universidad de Barcelona.

Brice M. Truyenque Taype (2006). Sostenibilidad Ambiental: Aventurándonos a Cuidar nuestro ambiente. Tomado de: <http://sasostenibilidadambiental.blogspot.com.co>.

Carmona Diego, (2013), La responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los gerentes de los hoteles PYMES de la ciudad de Cartagena.

Garay Luis Jorge, (2002) Modelo de Desarrollo y Sostenibilidad, Universidad Javeriana, Bogotá.

Gardetti Miguel, (2004) Creando valor sustentable. Business & Sustainability Letter.

Kraken Network, (2013) Responsabilidad Ambiental. Tomado de:
<http://www.todomktblog.com/2013/11/responsabilidad-medio-ambiente.html>

Núñez Gioconda, (2003) La responsabilidad social corporativa. Revista de Ciencias Sociales,
Maracaibo.

Organización Centra RSE, (2006) ¿Qué es RSE? La responsabilidad social Corporativa. Tomado de:
https://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf