# Responsabilidad social empresarial en los grandes hoteles de la ciudad de Pereira

**Valentina Marín Gutiérrez**

**Christopher Salazar Brito**

**Universidad Católica de Pereira**

**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Programa de Administración de Empresas**

**Pereira**

**2017**

# Responsabilidad social empresarial en los grandes hoteles de la ciudad de Pereira

**Proyecto de Grado**

**Tutora**

**Esther Julia Castaño González**

**Valentina Marín Gutiérrez**

**Christopher Salazar Brito**

**Universidad Católica de Pereira**

**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Programa de Administración de Empresas**

**Pereira**

**2017**

**Tabla de Contenido**


INTRODUCCIÓN ..... 9

1. Planteamiento del Problema ..... 10

1.1. Antecedentes ..... 10

1.2. Descripción del área problema ..... 14

1.3. Formulación del problema ..... 23

1.4. Delimitación de la Investigación ..... 24

2. Objetivos de la Investigación ..... 25

2.1. Objetivo General ..... 25

2.2. Objetivos Específicos ..... 25

3. Justificación ..... 26

4.1. Marco Teórico ..... 28

4.1.1. Responsabilidad social empresarial (RSE) ..... 28

4.1.3. Teorías de la RSE ..... 38

4.1.4. Principios de la responsabilidad social empresarial: ..... 42

4.1.5. El turismo, conceptos e impactos ..... 43

4.2. Marco Contextual ..... 50

4.2.1. Sector turismo a nivel mundial ..... 50

4.2.2. Sector Turismo en Colombia ..... 54

4.2.3. Responsabilidad Social Empresarial en el sector turismo mundial ..... 58

4.2.4. Responsabilidad social empresarial en el sector turismo colombiano ..... 60

4.2.5. Turismo y hotelería en el Eje Cafetero ..... 61

5.1. Marco Legal ..... 63

8. Diseño Metodológico ..... 68

8.1. Definición del tipo de investigación ..... 68

8.3. Determinación de la población, la muestra, unidad de análisis y de observación ..... 69

8.4. Diseño de Instrumento ..... 69

9. Presentación y análisis de resultados ..... 70

9.1. Presentación de la información ..... 70

9.2. Análisis de los Resultados ..... 71

10. Conclusiones ..... 78

11. Recomendaciones ..... 79

12. Bibliografía ..... 81

Anexos ..... 88

Anexo 1. Aplicación de Instrumento 1 – Entrevista ..... 88

## Lista de Tablas

Tabla 1. Impactos positivos y negativos del Turismo ..... 17

Tabla 2. Categorías de la oferta turística ..... 20

Tabla 3. Estándares de la RSE y otros documentos ..... 64

Tabla 4. Resultados del instrumento ..... 71

Tabla 5. Entrevista Hotel 1. ..... 88

Tabla 6. Entrevista Hotel 2 ..... 89

Tabla 7. Entrevista Hotel 3 ..... 90

Tabla 8. Entrevista Hotel 4 ..... 91

Tabla 9. Entrevista Hotel 5 ..... 92

Tabla 10.Entrevista Hotel 6 ..... 93

Tabla 11. Entrevista Hotel 7 ..... 93

Tabla 12. Entrevista Hotel 8 ..... 94

Tabla 13. Entrevista Hotel 9 y 10 ..... 95

Tabla 14. Entrevista Hotel 11 ..... 95

Tabla 15. Entrevista Hotel 12 ..... 96

## Tabla de Imágenes

Imagen 1. Importancia del turismo ..... 51

Imagen 2. Llegadas de turistas internacionales ..... 53

Imagen 3. Ingresos por turismo internacional ..... 53

Imagen 4. Llegadas de turistas internacionales – ingresos por turismo internacional en américa del sur para los 2010 – 2014..... 54

Imagen 5. Principal ciudad de destino de turistas extranjeros en el año 2014 ..... 56

Imagen 6. Número de llegadas a parques nacionales naturales en el año 2014 ..... 57

## Lista de Figuras

Figura 1. Hilo Conductor ..... 27

**Resumen**

En el siguiente documento se desarrolla un análisis acerca del entendimiento de la RSE en los gerentes de los hoteles grandes de la ciudad de Pereira, en el cual se exponen de forma clara los aspectos teóricos y conceptuales, para esta investigación de tipo descriptiva, se aplicó una entrevista a los gerentes de los hoteles, con el fin de determinar qué es responsabilidad social empresarial para ellos, y cuál es la aplicación que le están dando al concepto. Se obtiene como resultado una ausencia de conocimiento de los gerentes, tanto conceptual como en su aplicación, pues la mayoría de estos no conocen a cabalidad el significado del concepto y mucho menos las prácticas a implementar para ser socialmente responsable.

**Palabras Claves**

Turismo, hoteles, RSE, estrategia.

**Abstract**

The following document develops an analysis about the understanding of the CSR in the managers of the large hotels of the city of Pereira, in which the theoretical and conceptual aspects are clearly presented, for this research of descriptive type, it was applied an interview with hotel managers, in order to determine what corporate social responsibility is for them, and what application they are giving the concept. The result is an absence of knowledge of the managers, both conceptual and in their application, since most of them do not fully know the meaning of the concept, much less the practices to be implemented to be socially responsible.

**Keys Words**

Tourism, hotels, CSR, strategy.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo pretende analizar qué entienden los grandes hoteles de la ciudad de Pereira por responsabilidad social empresarial y determinar su aplicación. De esta forma, el referente teórico se desarrolla a través de una temática que comprende como área central la responsabilidad social y su influencia en el sector turismo, se inicia con una descripción teórica de los conceptos claves de la investigación, seguido con una contextualización y las acciones de este sector frente a esta.

Los objetivos específicos que ayudaron a responder el objetivo general consistieron en identificar qué es responsabilidad social empresarial para los gerentes de los grandes hoteles de la ciudad de Pereira. El siguiente objetivo consistió en identificar las acciones de responsabilidad social empresarial que aplican los grandes hoteles de la ciudad de Pereira, el cual permitió tener una mirada clara y práctica de la aplicación de lo que entienden estas empresas por RSE, para finalmente contrastar con la teoría actual sobre el tema.

Para el desarrollo de los objetivos, se realizaron entrevistas a 12 de los 19 hoteles grandes del sector turismo de la ciudad de Pereira, dado que es un tema de impacto económico, social y ambiental, 5 de los hoteles grandes de la ciudad no accedieron a brindar información, las demás empresas se sintieron más cómodas exigiendo confidencialidad frente a su nombre y su marca.

La metodología de investigación que se utilizó para el desarrollo del proyecto fue de tipo cualitativa, las fuentes de recolección de información fueron dos, primarias con los Gerentes de los hoteles y las secundarias se basan en el estudio bibliográfico, utilizando como técnica de recolección de datos, la entrevista, que fue aplicada a los gerentes.

# 1. Planteamiento del Problema

## 1.1. Antecedentes

Para la presente investigación se realizó un estudio de antecedentes, donde se tomaron diferentes investigaciones de orden internacional, nacional y local, con el fin de identificar las variables más representativas de las investigaciones relacionadas con la responsabilidad social empresarial y el sector turismo.

- Internacionales

En la investigación realizada por Franco, Betancur & Posada (2014), cuyo propósito era conocer qué se entiende por responsabilidad social empresarial, en adelante (RSE), a través de una mirada al sector cooperativo y a las prácticas que desarrollan las empresas dedicadas a esta actividad económica. Se desarrolló por medio de una metodología cualitativa en la que se interpreta y se detalla el fenómeno estudiado, también describe porque la responsabilidad social empresarial es considerada como la razón de ser de algunas Pymes, promoviendo el cumplimiento de los valores y principios que fundamentan el cooperativismo. En este contexto se determina que la RSE es una manera de contrarrestar los efectos ambientales, sociales y económicos de las empresas en la sociedad (Franco, Betancur, & Posada, 2014).

Marta Curto (2012), realiza una investigación donde se describen las dos corrientes analíticas por medio de las cuales es posible interpretar la filantropía, la primera de ellas como un acto de caridad con las personas más necesitadas y la segunda, considera la filantropía como un acto de solidaridad en el cual surgen oportunidades. El proyecto se titula “La filantropía: ¿un acto de responsabilidad social?”.

Curto (2012) define una guía para la aplicación de prácticas filantrópicas de forma adecuada, se critica la filantropía empresarial desde diversas perspectivas y finalmente se hace un pequeño análisis acerca de cómo será la tendencia de la filantropía en el futuro. Se habla de filantropía estratégica como el camino a seguir por las grandes empresas interesadas en adoptar estas prácticas.

En esta investigación se llega a la conclusión que las personas realizan donaciones por una motivación netamente altruista, pues sienten una obligación moral por ayudar a quienes lo necesitan, en cuanto a las contribuciones que la empresa realiza, pueden deberse a dos causas fundamentales; al altruismo y la generación de reputación, pues no existe una conciencia real de responsabilidad social en las empresas, sin embargo, estas prácticas también pueden servirle para dar a conocer mejor su producto o servicio o para afianzar la relación con sus consumidores y levantar la imagen de la compañía, demostrando preocupación no solo por los beneficios económicos, sino también por los problemas sociales.

- Nacionales

A nivel nacional se identifica otra investigación, realizada en el 2009, por María Paula Vergara y Laura Vicaría "ser o aparentar" la responsabilidad social empresarial en Colombia: análisis organizacional basado en los lineamientos de la responsabilidad social empresarial" se describe como el concepto de responsabilidad social se ha adentrado poco a poco en la mentalidad de los empresarios, convirtiendo la RSE en un factor clave de éxito que genera ventajas competitivas para las organizaciones que lo incluyen dentro de sus estrategias. No obstante, se observa un comportamiento poco coherente de las prácticas de responsabilidad social empresarial con los lineamientos establecidos por los entes

encargados, de ahí surge la filantropía corporativa que los incentiva a "Aparentar" una conciencia y unas prácticas socialmente responsables, las cuales se utilizan como estrategia comercial y de generación de valor a corto plazo.

De la investigación se concluyó que para alcanzar el desempeño sostenible es necesario que las partes interesadas establezcan canales de comunicación fluidos y eficiente que permitan a la sociedad comunicar sus necesidades, a las empresas a fomentar buenas practicas e implementar las herramientas adecuadas para la satisfacción de las mismas y al gobierno como ente activo; inversionista y regulador con el fin de aumentar la productividad y la permanencia de la economía nacional dentro del mercado global.

Así mismo, Crespo (2010), indica que existe baja claridad en las prácticas de las empresas que procuran ser socialmente responsables, de igual forma, aborda diferentes perspectivas teóricas de la RSE, diferenciando los conceptos, las metodologías utilizadas y las aplicaciones. Según crespo (2010), "desde el momento en el que realiza acciones que sobrepasan las obligaciones legales determinadas por los gobiernos" (p. 121), una empresa es socialmente responsable.

Este enfoque planteado por Crespo (2010), es importante para abordar la presente investigación, en la que se pretende analizar el entendimiento de la RSE de un grupo de empresas, específicamente, los grande hoteles de la ciudad de Pereira, donde se determinara qué entienden y cuáles son las acciones aplicadas para realizar acciones más allá de lo legal y qué haría parte realmente de la responsabilidad social en las empresas, teniendo en cuenta las teorías planteadas en el marco referencial elaborado.

- Local

Desde una perspectiva local, la Universidad Católica de Pereira ha sido cuna y semillero de proyectos de investigación enfocados en la RSE, de los cuales es posible resaltar el trabajo de Ramírez (2013) en el que propuso contrastar la relación que existe entre las prácticas y programas de responsabilidad social de las empresas que forman parte del Pacto Mundial de la ciudad de Pereira. Bedoya buscó relacionar la RSE y la competitividad dentro del Pacto Mundial.

También se resalta la investigación realizada por Eliana Franco Castrillón, Juan Pablo Beltrán Ospina y Laura Palacio Marín (2016) quienes indagaron acerca de las prácticas de responsabilidad social y empresarial aplicadas a la empresa Cantera de Combia S.A. de Pereira. Aquí se analizó la RSE a través de la guía ETHOS- IARSE Institute, en este trabajo también se pretendía conocer las ventajas y beneficios internos y externos de la empresa.

En relación con el sector turismo, se encuentra la investigación desarrollada por los estudiantes Esteban Hurtado Obando, Laura María Gómez Cardona y Sebastián Salazar Saffon, (2013), titulada "Turismo, una alternativa de desarrollo para el municipio de Santuario en Risaralda", en la cual plantean proponer, en el municipio de Santuario, un circuito de turismo rural basado en los atributos de las fincas cafeteras, su patrimonio material e inmaterial, su valor paisajístico y su reserva natural, que se pueda convertir en una alternativa económica y social para sus habitantes.

Asi mismo, el proyecto de grado de Rodríguez (2013), cuyo objetivo se basó en describir la gestión ambiental de los atractivos turísticos y las inversiones proyectadas para

el fomento del turismo local en los Municipios del Paisaje Cultural Cafetero de Risaralda, en el cual se determinó que existe una ausencia de apoyo económico para la ejecución de actividades de mayor impacto social y ambiental, y también que es importante incluir dentro de los planes de desarrollo de cada municipio la oferta de atractivos turísticos con el fin de incentivar y motivar al sector.

A partir de esta revisión, es posible concluir que la RSE, es un tema que ha cobrado bastante relevancia en el ámbito administrativo y ha sido objeto de investigaciones desde diferentes perspectivas, causando problemas con la interpretación y aplicación del concepto. Sin embargo, es importante resaltar, tal como lo plantea Meza (2007), que aquellas empresas que se interesan por su aspecto social y ambiental, y también lo hacen por el factor económico, no tienen ningún problema en adoptar criterios de responsabilidad social empresarial, y de hecho lo hacen. El problema se presenta, cuando aquellas empresas que se inclinan por sus intereses económicos, adoptan los criterios de la RSE para alcanzarlos.

### 1.2. Descripción del área problema

En la actualidad, las empresas se encuentran en entornos altamente competitivos, complejos y cambiantes, este escenario se presenta debido a la globalización económica y a la apertura de los mercados hacia la internacionalización, así como también a la producción en masa de miles de productos y el consumo de los mismos. Por ende, se han empezado a evidenciar estrategias en la gestión empresarial con una notoria presencia de la responsabilidad social corporativa en las empresas de todo el mundo, de cualquier sector o actividad económica.

La necesidad de mejorar la gestión empresarial, se deriva en hacer más notable la preocupación por el ambiente interno y externo, el consumo amigable y la responsabilidad social en cada eslabón de la cadena de valor o ciclo de vida de la organización. Esto ha llevado a las empresas de todos los tamaños y sectores, a crear conciencia acerca de cuáles son sus responsabilidades con el entorno en general y a medir los riesgos que asumen en todos sus aspectos operativos.

Entre estos sectores, se encuentra el sector turismo, el cual es una de las actividades económicas de mayor crecimiento en el mundo, ya que los ingresos generados en esta actividad a nivel internacional alcanzaron un crecimiento del 4% en 2012, llegando a la cifra de 1,075 billones de dólares. Igualmente sucede con las llegadas de turistas internacionales, que alcanzaron una cifra de 1.035 millones en 2012, el valor de las exportaciones generadas por el turismo internacional en 2012, sumó 219.000 millones de dólares más en ingresos derivados del transporte internacional de pasajeros elevándose a 1,3 billones de dólares (OMT, 2013).

Según el PTP Programa de transformación productiva (2017), "El turismo, como actividad económica, ha cobrado gran importancia a nivel mundial al permitir la integración armónica de factores sociales, culturales, económicos y ambientales para el beneficio de las naciones." (p. 7)

En Colombia, el turismo se ha convertido en una actividad económica clave y es importante señalar que viene en un alto índice de crecimiento y no solo estacional, pues se registra una alta actividad turística a nivel mundial que tiene como destino a Colombia, por diversas razones entre las más representativas, se encuentra la biodiversidad, los paisajes, el clima, entre otros.

> Actualmente, el país le ha apostado al turismo, y compite a nivel internacional por ser uno de los destinos preferenciales de los turistas de todo el mundo, obteniendo un crecimiento superior al promedio mundial y de todo América. Así mismo, cabe resaltar que el turismo en el país representa más del 60% de las exportaciones de servicios de Colombia, genera uno de cada 12 empleos en el país y es el tercer generador de divisas a nivel nacional, después del carbón y el petróleo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015, p. 2).

Colombia es un país afortunado al contar con muchos atractivos turísticos en sus diferentes departamentos, uno de ellos es el Departamento de Risaralda donde el sector turístico, se ha convertido en un gran generador de desarrollo económico debido a sus ventajas comparativas frente a otros, tales como; su ubicación estratégica (centro - occidente) y el importante reconocimiento por parte de la UNESCO como Paisaje Cultural Cafetero (PCC), el cual está conformado por municipios de los departamentos de Risaralda, Caldas, Quindío y Valle del Cauca (Gobernación de Risaralda, 2008).

En Viñals (2010), de acuerdo con Ceballos (1998), señalan, que el turismo se relaciona estrechamente con el ambiente, pues son usuarios de sus recursos y emisores de contaminantes, lo cual exige una previa y estratégica administración que aporte beneficios socioeconómicos a la sociedad, como: creación de empleos, estímulo a las economías locales, incremento de la conciencia y la educación medioambiental, y la disminución progresiva de los impactos socio ambientales de su actividad.

Según López & Cruz, (2013), en Ceballos (1998), a Vanegas, (2006) e Imedes, (1991), en una investigación realizada a los hoteles no categorizados, de Risaralda; afirman que:

> Los impactos negativos del turismo pueden ser tanto físicos, como biológicos y socioeconómicos, en particular la contaminación ambiental, genera daños en la fauna, flora y aguas, aunque no es posible generalizarlos porque dependen de variables interconectadas, como el tipo de turismo, las características y el estado de conservación actual, las capacidades de la comunidad local, el uso del atractivo, la forma de comercialización y la institucionalidad ambiental, tanto en la fase exploratoria como en la construcción y operación del turismo lo que implica estudios locales y regionales de impacto ambiental de la actividad turística. (López & Cruz, 2013, p. 137)

López & y Cruz (2013), en su investigación realizan un cuadro en el que se detalla y se explican claramente los impactos positivos y negativos del turismo.

**Tabla 1. Impactos positivos y negativos del Turismo**

| **Impactos Positivos** | **Impactos Negativos** |
|---|---|
| **Económicos** | |
| Factor de desarrollo de sociedades | Monopolio del negocio por parte de multinacionales |
| Atracción de inversión extranjera y divisas | Baja participación o ninguna del país de destino |
| Creación de empleo | Solo se vincula a la comunidad en empleos no calificados. |
| | Empleo estacional. |

| | |
|---|---|
| Efecto multiplicador del turismo | En la cadena productiva, los empresarios locales y la comunidad poco participan |
| Impulsa actividades productivas | Pone en peligro las tradiciones (Ej: agricultura) |
| Aumento de los ingresos económicos | En las áreas turísticas, aumento de los precios del suelo; aumento de bienes y servicios. |
| Redistribución del ingreso | Vinculación de mano de obra extranjera en los cargos directivos. |
| **Socioeconómicos** | |
| Valoración del patrimonio cultural y natural | Deterioro del patrimonio de la zona |
| Recuperación de la identidad cultural | Generación de problemas sociales; drogadicción, prostitución, desarraigo familiar |
| Intercambio cultural | Creación de zonas de miseria alrededor de los sitios turísticos. |
| | Desculturización del destino |
| Modernización cultural | Se falsean los destinos turísticos. No se presentan a los turistas las realidades locales: problemas sociales. Publicidad falsa o caricaturesca de los destinos. |
| **Ambientales** | |
| Uso racional de la naturaleza | Saturación de ecosistemas estratégicos |
| Educación ambiental para turistas y receptores | Deterioro del paisaje |
| Privatización de algunos recursos naturales | Con la privatización de los recursos naturales, la comunidad local no se vincula con el desarrollo de la zona. |
| Conservación de los ecosistemas | Perdida de la capacidad de subsistencia alimentaria para las comunidades locales |
| Valoración de los recursos naturales creación de reservas naturales o restauración de hábitat. Preservación de espacios naturales | Contaminación, erosión y destrucción de ecosistemas. Consumo de recursos naturales. Impacto visual. |

Fuente: López & Cruz, 2013. Tomado como referencia de (Rozo, 2002, en Vanegas, 2006).

En el cuadro anterior, se observa que el turismo es un sector que tiene impactos positivos poco favorables para la comunidad y país de destino en el cual se prestan los servicios, pues se genera una acumulación de capital por parte de los propietarios e inversionistas, quienes generan empleos no calificados y temporales afectando la calidad de vida de sus colaboradores y ecosistemas cercanos.

De igual forma, se evidencia el impacto socio-ambiental que genera el turismo en las comunidades locales receptoras de miles de turistas anualmente, quienes se ven afectadas por la privatización de los recursos naturales, la contaminación, erosión y destrucción de ecosistemas y los deterioros de las zonas consideradas patrimonio natural o cultural

Por lo tanto, las atracciones turísticas como el termalismo, el paisajismo, el avistamiento de aves, el senderismo, entre otras, garantizan un flujo continuo de turistas en la región del eje cafetero, favoreciendo directamente al movimiento financiero de los hoteles, comercio y en algunos casos inversiones desde la perspectiva económica, sin embargo, el impacto social y ambiental que genera este fenómeno para las comunidades y ecosistemas es desalentador. Vega (2017) afirma que, "más de 38 mil turistas extranjeros no residentes llegaron al Paisaje Cultural Cafetero, en los tres departamentos del Eje Cafetero". En este punto, es importante tener en cuenta, que para atender esta demanda es necesario ofrecer sitios turísticos con buenas condiciones de alimentación, recreación y visitas a paisajes culturales y naturales, para suplir esto, los hoteles que ofrecen el servicio de hospedaje o alojamiento deben tener estructuras flexibles que permitan adaptar sus estrategias y servicios a las del sector en relación con los temas de calidad en los procesos y su impacto a la sociedad y al medio ambiente. (Vega, 2017. p.1)

A partir de la tabla 2, es posible visualizar que el alojamiento es solo una categoría de la oferta turística, la cual está integrada por otras categorías de gran peso como el transporte, las agencias de viajes, los restaurantes, los guías turísticos y los parques temáticos.

**Tabla 2. Categorías de la oferta turística**

| SERVICIOS A PRESTAR EN LOS DIFERENTES DESTINOS NATURALES DEL TERRITORIO COLOMBIANO | |
|---|---|
| **ALOJAMIENTO Y SERVICIOS DE HOSPEDAJE** | Es el servicio de alojamiento y hospedaje no permanente a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos. |
| **TRANSPORTE** | Es el servicio de alquiler de vehículos con o sin conductor y de transporte de turistas, desarrollado como parte de la actividad turística en el área natural y de acceso directo a la misma. |
| **RESTAURANTES O ESTABLECIMIENTOS DE GASTRONOMIA** | Se trata del suministro a los turistas de productos alimenticios elaborados o naturales, cuyo origen sea local o de las zonas aledañas al área natural. |
| **AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO, AGENCIAS MAYORISTAS Y OPERADORAS DE TURISMO** | Son las empresas comerciales constituidas por personas naturales o jurídicas que se dedican profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios directamente o como intermediarios entre los viajeros y los proveedores de los servicios. |
| **GUIAS DE TURISMO** | Son las personas naturales que prestan servicios profesionales en el área del guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son orientarlo, conducirlo, instruirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado (ley 300/1996) |
| **PARQUES TEMATICOS** | Son los sitios o lugares cuyo fin es la interpretación-entendiéndola como el proceso de comunicación diseñado para revelar significados e interrelaciones del patrimonio natural y las manifestaciones culturales asociadas a éste-, y que cuentan con infraestructura como senderos, centros de interpretación ambiental, del patrimonio, de manejo sostenible de recursos naturales y conocimiento de la naturaleza y la cultura. |

Fuente: (PTP, 2014)

Entonces, es posible identificar que los gastos de los turistas que visitan la región no sólo se basan en pagar el alquiler de habitación de un hotel, estos también gastan parte de sus ingresos en diferentes tipos de servicios y bienes de consumo, como lo son: alimentos, transportes, entretenimientos, excursiones, actividades diversas, etc. Favoreciendo positivamente la demanda, que de otro modo no existiría. Sin embargo, el aumento acelerado de este consumo no planeado, puede generar grandes problemas sociales y medioambientales en la región o país receptor

El turismo sostenible, es una de las estrategias que se derivan a partir de la afirmación anterior, pues este aparece como un nivel avanzado del turismo convencional, pero de fondo tiene otros principios, pues está comprometido con la salvaguardia de conocimientos, intercambio de saberes, protección a la cultura y al medio natural, generación de beneficios económicos a las comunidades locales, respeto del turista hacia los nativos, por nombrar algunos; y la prevención, control y mitigación de impactos negativos como la prostitución, drogadicción, mendicidad entre otros, que se puedan presentar a causa de esta actividad.

La Organización Mundial de Turismo OMT define el turismo sostenible como "el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas". (Organización Mundial de Turismo, OMT, 2013).

Lo anterior, ha permitido que se intensifiquen las acciones de responsabilidad social empresarial en los últimos años, generando conciencia en los empresarios de este sector, los cuales han identificado la necesidad de implementar estrategias que incluyan una

perspectiva bajo el marco de la RSE, con el fin incursionar en la dinámica económica global.

Entonces, Etkin (2007), señala que en los últimos años, el auge de la RSE, contrasta con el incremento de las crisis sociales, económicas y ambientales, lo que implica cuestionarse por las acciones de fondo que se han emprendido. Hoy en día los consumidores, clientes y usuarios cuentan con más información para llevar a cabo sus decisiones de compra. Este grado de conocimiento exige a las organizaciones un mayor cuidado con el medio ambiente, reclamar respeto por los derechos de sus stakeholders y mostrar transparencia en la información (Gonzalez, 2009).

Actualmente, dada la naturaleza cambiante de los mercados, el éxito de una empresa depende de la capacidad de mantenerse en contacto con las necesidades y aspiraciones de los consumidores y del contexto en cual se desarrollan. Entonces, las organizaciones deben pensar de forma estratégica, gestionar su actividad de forma efectiva y difundir los resultados obtenidos con el fin de aprovechar los beneficios que se generan por el nuevo entorno y comportamiento social.

Arias (2009) afirma que:

> Dentro de este cambio organizacional, se evidencia un gran avance en la forma de hacer negocios, ya que incluye los efectos sociales, ecológicos y económicos de la acción empresarial integrando en ella respeto por los valores, las personas, las comunidades y la naturaleza. (p.254).

Anteriormente las empresas veían la responsabilidad social empresarial como acciones filantrópicas y obligaciones que no contribuían a su labor, lo que ocurría

especialmente en los hoteles, quienes al pensar que solo ofrecían un servicio de alojamiento y no tenían un proceso de producción estructurado, su nivel de compromiso con el ambiente y la sociedad en general era bajo y poco influente.

Sin embargo, las nuevas tendencias y avances tecnológicos, han hecho que ese punto de vista acerca de la RSE cambie y pueda verse como un aliado más para el alcance de los objetivos corporativos, no solo como un esfuerzo de altos costos de capital y de mano de obra con una baja rentabilidad.

Por ende, la aceptación e importancia de la RSE, se basa en la relación entre la teoría y la práctica, integrando aspectos tanto económicos, sociales y ambientales que permiten a las diferentes organizaciones apostar a este enfoque, ya que una debida comprensión y aplicación del modelo puede permitir beneficios a las organizaciones.

Entonces, en razón de la preocupación por la conservación de los recursos naturales, la generación de valor económico y la calidad de vida de la sociedad que actualmente perturba el planeta a causa de las malas prácticas organizacionales que en su mayoría son prácticas desorientadas; es evidente la necesidad de analizar qué entienden los grandes hoteles de la ciudad de Pereira por responsabilidad social empresarial y su aplicación. Así como también, establecer el interés del desempeño de los hoteles en cuanto a la administración de dichos recursos a través de acciones de responsabilidad social empresarial y qué tan buenos están siendo en dicha tarea.

### 1.3. Formulación del problema

¿Qué entienden los gerentes de los grandes hoteles de la ciudad de Pereira por responsabilidad social empresarial y qué prácticas aplican?

## 1.4. Delimitación de la Investigación

Esta investigación se desarrolló en la ciudad de Pereira Risaralda, donde se realizará un trabajo de campo en los hoteles grandes de la ciudad registrados en la Cámara de Comercio de Pereira, con el fin de identificar las acciones de responsabilidad social empresarial que aplican los grandes hoteles de la ciudad de Pereira y poder contrastar la opinión que tienen los gerentes sobre responsabilidad social empresarial en relación con lo planteado por la teoría actual sobre el tema.

El tiempo necesario para la finalización de esta investigación fue de 3 semestres, los cuales iniciaron a partir del segundo semestre del año 2016 y culminan al finalizar el segundo semestre del año 2017. En este tiempo se realizó la investigación teórica y el trabajo de campo con sus respectivos hallazgos y análisis.

Alguna de las limitantes de la investigación es la poca participación de los gerentes, ya que no suministraron la información solicitada, al pensar que los investigadores forman parte de algún ente regulador, sin embargo, las empresas que aplican estos procesos de RSE, suelen comunicarlos y transmitirlos a la comunidad en general.

## 2. Objetivos de la Investigación

### 2.1. Objetivo General

Describir el concepto de responsabilidad social empresarial que tienen los gerentes de los grandes hoteles de la ciudad de Pereira

### 2.2. Objetivos Específicos

- Identificar qué es responsabilidad social empresarial para los gerentes de los grandes hoteles de la ciudad de Pereira.
- Identificar las acciones de responsabilidad social empresarial que aplican los grandes hoteles de la ciudad de Pereira.
- Relacionar la opinión sobre responsabilidad social empresarial que tienen los gerentes de los hoteles de la ciudad de Pereira con la teoría actual sobre el tema.

## 3. Justificación

La presente investigación adquiere un grado de innovación, debido a la importancia que puede generar está al identificar que entienden de RSE los gerentes de los grandes hoteles de la ciudad y así generar alternativas de mejora para el sector, y aunque existen investigaciones que identifican y determinan cuales son las acciones o prácticas de RSE de los hoteles de la ciudad, tales como las nombradas en los antecedentes, en la cuales no se realizan análisis, ni existen relaciones entre las variables sociales, económicas y ambientales, solo se limitan a describir las condiciones reales que se presenta actualmente en el contexto, que también son de gran interés para la comunidad académica.

De igual forma, es importante describir las acciones de responsabilidad social aplicadas por los grandes hoteles del municipio, con el fin de tomar medidas que permitan aumentar la rentabilidad y mitigar el impacto que generan desde lo ambiental y social.

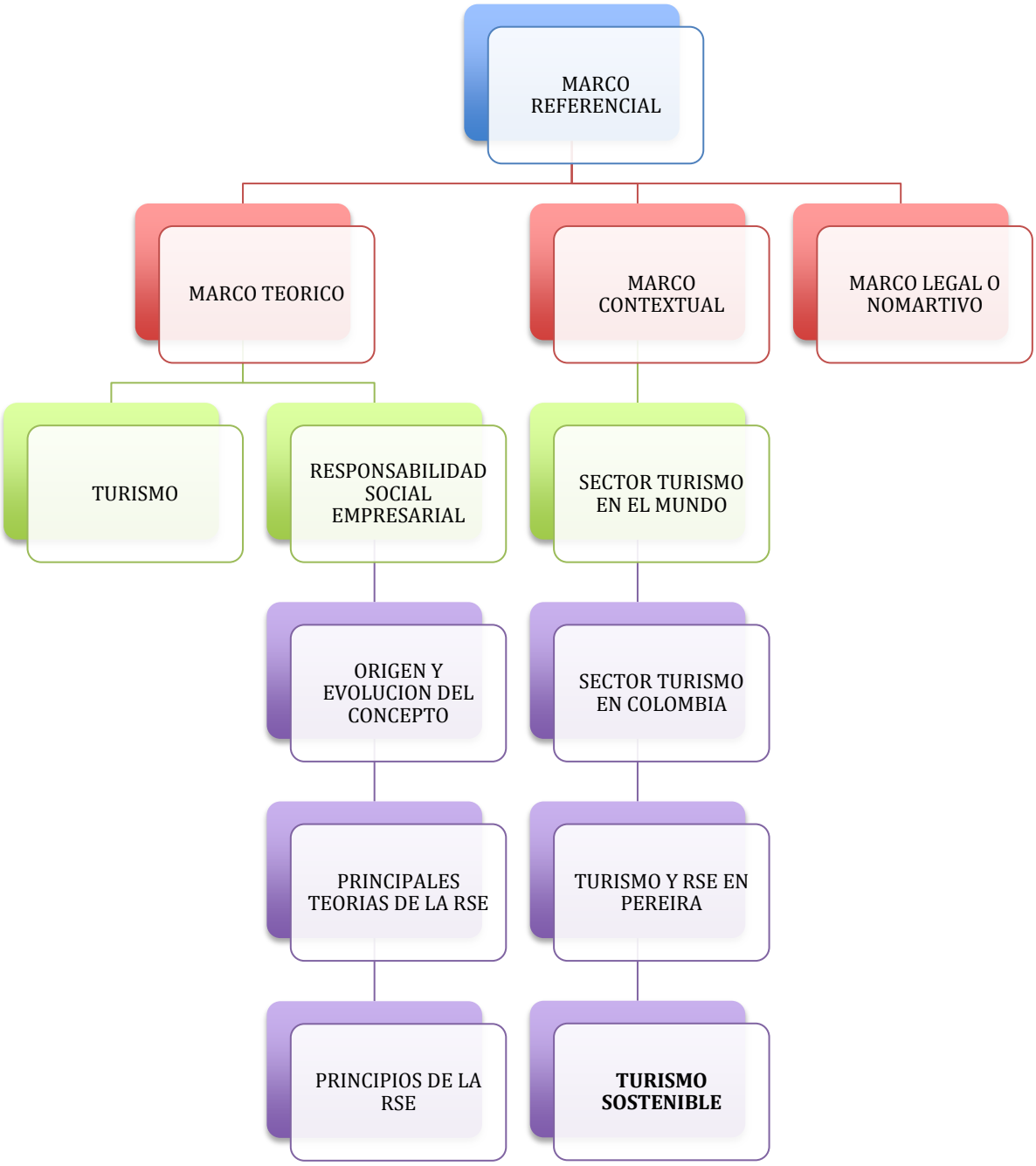
La importancia de identificar los conceptos de RSE, puede generar alternativas de formación, orientación y futuras investigaciones a la disciplina en general, dándole un alto grado de relevancia a la investigación.

De la misma manera, la investigación consigue interés por parte de las empresas del sector, quienes se verán beneficiadas con el análisis acerca de las prácticas y acciones de responsabilidad social empresarial que están implementando y ejecutando las grandes empresas dedicadas a esta actividad.

Además, se verán beneficiadas las organizaciones que tengan particular interés por las estrategias utilizadas de las grandes empresas, con el fin de iniciar planes de acción en búsqueda de un desarrollo sostenible. Finalmente, es relevante para la comunidad académica administrativa, ya que este análisis es útil como lineamientos académicos para futuras investigaciones.

# 4. Marco Referencial

**Figura 1. Hilo Conductor**




Fuente: Elaboración Propia

## 4.1. Marco Teórico

### 4.1.1. Responsabilidad social empresarial (RSE)

La responsabilidad social en el mundo empresarial es un concepto que ha cobrado bastante relevancia en la última década, y se define como "la relación de contribución activa y voluntaria al progreso y mejoramiento de diversos factores del entorno en el cual las organizaciones llevan a cabo sus actividades, estos factores son el económico, el ambiental y el social. (Barroso, 2008)

Se busca siempre a través de estas acciones poder mejorar su escenario competitivo y lograr generar un valor agregado. La responsabilidad social empresarial se empieza a consolidar como el camino a través del cual las organizaciones pueden alcanzar un equilibrio económico, social y ambiental, y al mismo tiempo llenar las expectativas de crecimiento de los accionistas y demás partes interesadas del entorno en el cual se desenvuelven.

Así mismo busca enfatizar la importancia de cumplir a cabalidad lo establecido por la legislación laboral del empleado en cada territorio y extender la ayuda a las comunidades pertenecientes al entorno propio de la organización. Es importante establecer la diferencia estratégica entre lo que significa beneficencia, patrocinio y filantropía con lo que realmente representa la responsabilidad social la cual va más allá de hacer una valiosa contribución a la sociedad y se ubica en el contexto realmente necesario de sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

### 4.1.2. Origen y evolución del concepto de responsabilidad social empresarial

Es importante mencionar que administración como ciencia social se desarrolla actualmente en un contexto cuya principal característica es el cambio constante por las continuas fluctuaciones y transformaciones sociales, imponiendo un reto a las organizaciones contemporáneas y la forma de administrarlas. Esta reflexión resulta de la perspectiva de Monroy (1996) el cual menciona su preocupación frente al entorno en el que se desarrollan las empresas a finales del siglo pasado:

> Signado por la turbulencia, los cambios incesantes, a ritmos acelerados y con énfasis en los entornos político, económico a nivel internacional, acentuada innovación tecnológica afectando los procesos productivos: todo esto mediatizado por una marcha acelerada en la transformación total del mundo de las comunicaciones y creciente inestabilidad en los regímenes políticos. (Monroy, 1996.p.84)

De acuerdo con esto, existe la necesidad de re-pensar los paradigmas, teorías y prácticas administrativas tradicionales, con el fin de adaptarse a las tendencias y perspectivas actuales logrando así un desarrollo idóneo de las organizaciones en un contexto dinámico y cambiante. Bajo este enfoque, la administración no puede ser ajena a la realidad que se ajusta a los cambios sociales, éticos y ambientales que establecen condiciones de competencia cada vez más exigentes, esto hace que los administradores se vean en la necesidad de afrontar el ejercicio administrativo bajo posturas teóricas

complejas, nuevas e interconectadas, las cuales entienden la organización como sistema abierto y en constante interacción con su entorno.

Es gracias a lo anterior que la responsabilidad social empresarial, surge como la herramienta teórica ideal para enfrentar el correcto accionar empresarial que es en la actualidad cambiante y exigente, aportando además elementos éticos que conllevan al acercamiento entre el ser humano-ambiente-organización.

Esta teoría no fue desarrollada en un único momento, ha sufrido diferentes retroalimentaciones en los últimos años por parte de distintos autores, por ejemplo, Rojas & Olaya (2003) mencionan que:

> La responsabilidad social empresarial nace en los años 20 del siglo XX y se fortalece en los 50´s y 60´s, se inicia por la idea de que, si las empresas usan recursos que posee una sociedad, el solo hecho de su uso, genera un deber ético y por consiguiente de alguna manera este uso debe devolver a la sociedad dichos beneficios (p.2).

Es de aclarar en este punto, que los autores de la época confundían el alcance y el significado de los conceptos de filantropía y RSE, entendiéndose este último concepto como: "filantropía que aparece totalmente desligada de la razón de ser de la empresa y como caridad amparada o dirigida en diversos casos por la iglesia" (Castro, 2013, p.11). A pesar de esto, algunos investigadores proponen que el concepto moderno de la RSE comienza en la década de los 50's en donde se cuestionan cuáles son las responsabilidades que los empresarios deben asumir con la sociedad, estos interrogantes nacen a partir del libro *Social responsibilities of the businesman* de 1953, en el cual se define la RSE como

“la obligación del directivo de la empresa de perseguir políticas afines con los objetivos y valores de la sociedad”(Bowen, 1953, p.25).

Este cambio de perspectiva significó un avance notable en la terminología y conceptualización de la responsabilidad social empresarial, y se mantuvo en los años 60’s, el enfoque de la década anterior, en el cual la conducta del empresario y su gestión va mas allá del interés económico, es decir, el uso de los remanentes económicos de la organización se debe destinar al beneficio de la sociedad, por tal motivo la RSE aparece relacionada con el impacto de las decisiones empresariales y el contexto social. (Raufflet, Lozano, Barrera & García de la Torre, 2012)

En el mismo periodo, década de los 60”s la Universidad de Chicago publica Capitalism and freedom Milton Friedmann, ,en el que plantea una fuerte crítica al concepto de RSE, partiendo del criterio de que la única responsabilidad que tiene una empresa es la de producir el máximo dinero que le sea posible (Arias, 2009), al respecto Friedman (1966) menciona que “El que nuestros dirigentes de empresa aceptaran la idea de que les corresponde una responsabilidad social que no sea el obtener el mayor beneficio posible para sus accionistas sería tanto como socavar los cimientos de nuestra sociedad libre” (p.173).

Gracias a esto la ética en los negocios o ética corporativa toma fuerza y comienza a consolidarse como concepto, tras múltiples escándalos de corrupción o incumplimiento de las normas laborales que afectan la imagen o reputación de las organizaciones, lo cual acentuó la desconfianza de los consumidores y se tradujo en una marcada disminución en las ventas, motivo por el cual los empresarios comienzan a percibir la importancia que tiene

la confianza y la transparencia en los negocios, los cuales resultan ser la mejor manera de posicionamiento de marca para la organización.

En la década de los 70's, múltiples organizaciones como la ONU, OIT, OCED, OEA, se suman a la creciente preocupación por adoptar un nuevo modelo de administración, motivo por el cual comienzan a apoyar los diversos eventos relacionados con la RSE (Valenzuela, 2005), que permitió a su vez que diferentes grupos participarán de este tipo de preocupaciones o iniciativas. Esta presión proporcionó que la mayoría de empresas comenzaran a elaborar y a publicar diversos manuales de conducta y de ética para la orientación de las labores de los trabajadores hacia la comunidad y el medio ambiente.

Por consiguiente, algunos sectores económicos sintieron una parte de tranquilidad por estas medidas designadas por las corporaciones, ya que existía mayor transparencia de la información entregada, logrando así un mayor fortalecimiento de la aplicación del concepto de la RSE en las empresas.

De igual forma, no solo hubo un avance en el sentido práctico de la RSE, sino también desarrollos a nivel conceptual. Esto dio paso a una ampliación del concepto el cual se fundamenta en cuatro componentes como son: la responsabilidad económica, responsabilidad legal, responsabilidad ética y responsabilidad filantrópica (Paladino, 2004). De acuerdo con lo anterior, se puede afirmar que existió esfuerzo e interés en llevar la teoría de la responsabilidad empresarial un escalón más allá, puesto que se buscó destacar el carácter plural en donde no se habla solo de un impacto o implicación, sino que es la constitución de varios elementos integrales que se relacionan con el entorno en el cual están inmersas las diferentes organizaciones.

En la década de los 80’s la RSE, comienza a ser entendida como la capacidad de respuesta empresarial. Peter Drucker (1978) la define como “(…) una oportunidad de negocio para la organización al ver las externalidades no solo como gastos sino como una enorme posibilidad de crecimiento económico” (p.54). Sin embargo, Freeman (1984), propone la teoría de grupos de interés o Stakeholders la cual concibe la empresa como un ente sistémico, es decir, una red de relaciones con diversos grupos como accionistas, inversores, empleados, clientes y proveedores con los cuales las empresas u organizaciones tiene una responsabilidad directa, visión que introduce cambios en el paradigma tradicional de la empresa la cual era vista solo como una herramienta o medio para maximizar las utilidades.

Posteriormente, en los años 90´s la teoría de los grupos de interés se consolida como una extensión o base de la responsabilidad social empresarial, propiciando mayor participación y credibilidad, gracias a esto, la RSE, comienza a ser una teoría sistémica-práctica en la cual la empresa se relaciona con el entorno de manera integral, visión contraria a la tradicional la cual se basaba en un enfoque endógeno y cerrado.

Paralelamente, en los diversos debates e investigaciones, la ética toma mayor rigor e importancia por la moralidad de los negocios, a pesar de su registro en los años 60’s, es propiamente en esta época donde cobra relevancia como una teoría aplicada a la RSE, conjuntamente en preocupación por los asuntos éticos-empresariales se propone el concepto del “bien común como horizonte y fin ético de las actividades de las empresas en la sociedad” (Alvarado, 2010, citado en Castro, 2013, p.12).

Este tema se ve acrecentado por la revolución tecnológica que se vivía en esa época, en la cual el furor del Internet facilitaba el acceso a la información y con esto la

preocupación de la fiabilidad y transparencia de la información suministrada por las empresas a sus consumidores, por lo cual:

> En la segunda mitad del siglo XX la comunidad comenzó a tomar conciencia de la capacidad que tenía el sector privado para influir y solucionar los problemas sociales, al reconocer los daños y riesgos que con su actividad ocasionaba en el entorno. Esto generó una presión para que el Estado interviniese imponiendo normas con el fin de luchar por la defensa de los intereses públicos (Román, 2008, p.47).

Con esto múltiples organizaciones comenzaron a apropiarse del concepto con el fin de garantizar el bienestar de los diferentes grupos de interés, y apegarse a los lineamientos de la Organización Mundial de Trabajo, la cual propuso con el sistema de normas internacionales desarrollado por ellos mismos que los hombres y mujeres consigan trabajos dignos, seguros e igualitarios.

Gracias a este tipo de iniciativas la expresión y el término de responsabilidad social empresarial comienza a ser parte del entramado de la filosofía corporativa a escala mundial y a comienzos del nuevo milenio, el concepto de RSE, se convierte en una teoría compleja que integra diversas exigencias de organizaciones sociales y entidades internacionales como la ONU, la Unión Europea, entre otros. Dentro de estas reclamaciones se encuentran los discursos acerca del deterioro ambiental causado por el accionar de las grandes empresas conllevando a que el concepto de sustentabilidad se asocie con la RSE.

Sin embargo, este nuevo concepto no puede confundirse con la sostenibilidad la cual es entendida según el *manifiesto de la vida (2006)* como: "(…) aquellas políticas de desarrollo que buscan armonizar el proceso económico con la conservación de la naturaleza favoreciendo el balance entre la satisfacción de las necesidades actuales y las de las generaciones futuras"(p.5) lo cual es erróneo frente a la esencia intrínseca de la RSE ya que de acuerdo con esa definición, el objetivo de la sostenibilidad es retomar el camino tradicional de los modelos de desarrollo económico, promoviendo un crecimiento económico sostenible sobre una naturaleza con recursos limitados.

Posterior a esto, la ONU en 1999 promueve el Pacto Global como respuesta a las problemáticas de pobreza e inequidad mundial, este tratado pretende vincular a las empresas como aliados estratégicos para que asuman un compromiso de diez principios fundamentales en cuatro dimensiones: derechos laborales, derechos humanos, medios de anticorrupción, y medio ambiente (Castro, 2013).

En este orden de ideas, la Unión Europea (UE) en el 2001 saca a la luz el Libro Verde mediante el cual se pretende apoyar un marco para la responsabilidad social en las empresas en Europa, el cual es aprobado en el 2005 por el Parlamento Europeo. El objetivo principal de este libro es fomentar un amplio debate sobre cómo podría la Unión Europea implementar la responsabilidad social empresarial a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Además, propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo. (Libro Verde, 2001)

Así mismo, en este mismo documento se propone que la RSE "no significa solamente cumplir plenamente con las obligaciones jurídicas, sino ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, en el entorno, y las relaciones con los interlocutores" (Libro Verde, 2001), planteando entonces que la RSE, se compone de dos dimensiones una interna y otra externa, en la cual esta primera centra su atención en todas las prácticas responsables que afectan en primer lugar:

A los trabajadores y tiene que ver con aspectos como la inversión en talento humano, la salud, la seguridad y la gestión del cambio; mientras que las prácticas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción. La adecuada gestión de esta dimensión propicia la administración del cambio y la conciliación del desarrollo social con el aumento de la competitividad. (Arias, 2009)

Por su parte el alcance desde la parte externa comprende a:

> Las comunidades locales e incluye, además de los trabajadores y accionistas, un amplio abanico de interlocutores: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG's defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente. Estas dimensiones se aplican no sólo en el espacio de la Unión Europea sino también en todos los espacios donde tengan asiento e influencia las empresas de la Unión. (Arias, 2009, p.248)

Con esto, para el año 2006 se realiza un comunicado por medio del cual se pone en práctica la Asociación para el Crecimiento y Empleo en Europa, esto con la intención de

volver a este continente un centro de referencia y excelencia en la responsabilidad social de las empresas en la cual -con la creación de la Alianza Europea para la Responsabilidad social de las Empresas- trata de vincular de manera voluntaria a todas aquellas empresas que deseen participar de la iniciativa de la RSE teniendo como objetivo el planteamiento de políticas de RSE, más eficaces y menos burocráticas.

Para la misma fecha diversas organizaciones comienzan a pensar en la RSE., como un elemento de creación de valor, la cual consiste en gestionarla de manera estratégica alineando "los fines del negocio y diversas propuestas similares que proponen integrar la RSE a la razón de ser de la organización de modo que la responsabilidad empresarial no sea una fuente de costos inútiles sino una propuesta lucrativa para las organizaciones en términos de reputación, legitimidad social y fortalecimiento de marca" (Cone, Feldman & DaSilva, 2003, p.79).

Debido a esto, la RSE se comienza a considerar como una estrategia corporativa que debe alinearse dentro de la filosofía institucional con el fin de que sea efectiva y contribuya de manera positiva al aumento de los beneficios institucionales, según Villa, Hoyos & Perdomo (2011) se propone como un elemento que otorga ventaja competitiva y posicionamiento en el mercado a partir de su implementación, es decir, encaminar los esfuerzos a ir más allá del cumplimiento de las leyes, normas, o a presiones sociales.

Este esbozo del origen y evolución del concepto de responsabilidad social empresarial evidencia la madurez que ha adquirido esta teoría en los últimos años, en Europa expresándose en el cambio de percepción y relación entre organización-ser humano-medio ambiente. De igual forma este avance conlleva a un salto conceptual de la filantropía empresarial a una responsabilidad empresarial como una estrategia que conduce

a la generación de ventaja competitiva. Debido a lo anterior la responsabilidad social empresarial ha logrado generar una serie de perspectivas y corrientes teóricas basadas en su principio fundamental, a continuación se relación algunas de las principales teorías.

### 4.1.3. Teorías de la RSE

Gracias a la relevancia que logró adquirir la responsabilidad social como concepto y ventaja competitiva, muchas investigaciones se han realizado en torno al tema, todas estas elaboradas bajo diversas perspectivas las cuales han sido abordadas por diferentes autores, esto es la evidencia de que existe un avance en la necesidad de construir un concepto que pueda ser aplicado a todas y cada una de las organizaciones. Sin embargo, aún existe una disonancia entre lo que se conoce como teoría frente a la ejecución de las prácticas que se derivan de los procesos organizacionales.

> La fuerza del discurso de la RSE ha trascendido y colonizado espacios que van más allá de las grandes empresas en todos los sectores de actividad, y se ha extendido a las pymes, a las universidades, a las organizaciones estatales, a las organizaciones no gubernamentales, entre otras. (Gómez, 2010, p.20)

A continuación, se plantean algunas perspectivas teóricas para el estudio de la responsabilidad social empresarial según Alvarado, Bigné, & Currás, (2011), es posible identificar las siguientes perspectivas:

- Teoría de la propiedad: En esta teoría se plantea una discusión teórica entre la doctrina clásica y lo que los autores llaman una amenaza al objetivo central del ente

económico; la acumulación de utilidades. Y se refieren a la responsabilidad social empresarial como el derecho a la "propiedad" específicamente de los accionistas.

- Teoría de la Firma: En esta teoría se plantea una crítica a la discusión entre las responsabilidades del empresario y del mercado frente a la situación de la empresa, y propone un empresa coordinada y manejada por el empresario y no por el mercado, citando a Alvarado (1937), "…Una firma es atendida como un sistema de relaciones en las que el empresario es el encargado de la gestión de esos recursos" (p.121).

- Teoría de la Agencia: Esta teoría se centra especialmente en los conflictos que se generan entre dos partes específicas; los contratantes y los mecanismos de control.

- Respuesta Social corporativa: Esta es una perspectiva que surge gracias la necesidad de identificar las brechas entre el desempeño esperado por los clientes y el desempeño real de la empresa. En esta perspectiva el término responsabilidad se adapta más a la gestión corporativa

- Visión Estratégica de la Firma: Aquí se buscan comprender las causas que conllevan a las empresas a ser mejores que sus competidores en el mercado. Aquí se observa la RSE como una ventaja competitiva desde dos focos de estudio fundamentales; la visión de los recursos y las capacidades y la teoría del liderazgo estratégico. La primera de ellas Según Alvarado (2011), citando a Miller y Shamsie (1996), "…Vira el foco estratégico del entorno competitivo a los recursos y capacidades que la empresa desarrolla para competir en el mismo" (p.121).

- Ética Aplicada a la Empresa: La ética tuvo su influencia en el tema apareciendo esencialmente con un carácter normativo y estructurado que promueve, leyes y normas de comportamiento ético que se deben incorporar en las empresas.

- Teoría integradora del Contrato Social: en esta teoría, Donalson y Dunfee (1994), logran interconectar la ética y los negocios por medio de dos contratos específicos: El primero basado en unas *hiper nomas éticas*, y el segundo se refiere a las *normas auténticas* que reflejan la complejidad contextual de los negocios. Esta perspectiva surge como una crítica a los esfuerzos de las multinacionales en conocer las normas locales desde una perspectiva posmoderna antes de generar juicios éticos. Alvarado, Bigné, & Currás, (2011)

- Ciudadanía Corporativa: esta perspectiva aparece a mediados de los años 90 como respuesta al acelerado proceso de globalización, con el fin de reemplazar el término RSE y ética en el contexto de los negocios, pues según Alvarado (2011), citando a Cooper y Frank (1997), "(…) El lenguaje de la ética aplicada a los negocios y el de la RSE, incomodan a la industria en la medida que tanto ética como responsabilidad parecen ser vocablos no solo ausentes en la literatura de negocios, sino también opuestos a los mismos" (p.124).

- Teoría Institucional: Surge a partir de la necesidad de las empresas de responder de forma adecuada a las necesidades sociales y acortar la brecha entre el desempeño que se percibe y el real. Se caracteriza por ser la integración de las políticas de responsabilidad social en todos los procesos de la firma, y se presenta mediante la suma del comportamiento de todos los individuos decisores reflejada en el comportamiento de la firma como un todo. (Alvarado, Bigné, & Currás, 2011)

- Desarrollo Sostenible: esta teoría se ha adoptado comúnmente en las organizaciones empresariales, y según Alvarado (2011). Citando a Eberhard-Harribey (2006) esta perspectiva define la RSE como el reflejo de las mayores expectativas de todos los miembros de la sociedad (ciudadanos, consumidores y empresarios), en relación con el crecimiento económico, la cohesión social y el cuidado del medio ambiente.

- Teoría del Servidor: esta teoría nace a partir del paradigma moderno donde priman los beneficios propios de un hombre netamente económico, por medio de la psicología y la ciencia Donaldson y Davis (1991), aplicaron un modelo que analiza y explica los escenarios de complejidad en el transcurso de la vida organizacional con factores no económicos. Esta perspectiva afirma que en las decisiones de los empresarios debe primar el imperativo moral antes que el financiero, sin importar que el primero afecte negativamente el segundo. (Alvarado , Bigné, & Currás, 2011)

- Bien Común: Esta es una perspectiva aristotélica fundada por doctrinas católico-cristianas, Alvarado, (2011) lo define como: "El conjunto de condiciones de la vida social que hacen posible a las asociaciones y a cada uno de los miembros el logro más pleno y más fácil de la propia perfección.". (p.125)

Con base en las teorías mencionadas, se puede apreciar como la RSE se define de diferentes formas y no busca ser un concepto estático o único, por ejemplo, Galán (2008). Define la RSE como: "un modelo integral de gestión empresarial orientado hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas de los distintos grupos de interés de la empresa, y al cuidado y preservación del entorno" (p.17).

O también puede ser entendida como "una forma de gestionar la empresa, integrada en la estrategia, misión y valores, que compatibiliza la visión tradicional, orientada a la rentabilidad del negocio, con la realización de actuaciones sociales y medioambientales, propias de la visión de desarrollo sostenible". (Vintro & Comajuncosa, 2011, p. 4)

4.1.4. Principios de la responsabilidad social empresarial:

Las siguientes herramientas y principios son tomados del Proyecto Guía Técnica de Responsabilidad Social GT-RS elaborado por el Banco Interamericano de Desarrollo las cuales constituyen el lineamiento a seguir a la hora de implementar programas de responsabilidad social empresarial.

El respeto a la dignidad de la persona humana; la cual es inherente a la naturaleza y destino trascendente del ser humano, igualmente le otorga derechos fundamentales irrenunciables y propios, de carácter personal, sociocultural y medioambiental, que las organizaciones deben reconocer y promover.

La responsabilidad legal: las actuaciones de las organizaciones, no sólo estarán enmarcadas dentro de la Constitución y las leyes que les apliquen, sino que se guiarán por la búsqueda proactiva de las normas aplicables, con el fin de asegurar el espíritu de las mismas.

La autorregulación ética: la gestión socialmente responsable implica una integración coherente de la misión y visión con el marco ético (valores y principios) que ha construido la organización.

La participación: los líderes han de promover que todo el personal se involucre en la gestión socialmente responsable, para que cada persona sea tenida en cuenta y que sus capacidades se pongan en función de los fines comunes de la organización y de la sociedad.

El enfoque de procesos: los resultados deseados se alcanzan más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso. La solidaridad: entendida como la determinación firme y perseverante de trabajar por el beneficio mutuo, tal que las organizaciones y sus partes interesadas pueden alcanzar juntas aquello que aisladas no resulta viable

El desarrollo humano integral: este debe ser entendido como el compromiso por preservar el patrimonio ambiental, cultural y social para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las inequidades sociales, lo que implica que la organización integre en su estrategia los impactos económicos, sociales y medioambientales de su operación.

La mejora continua: implica que las organizaciones guiarán con sentido ético el constante mejoramiento de sus procesos económicos, sociales y ambientales.

### 4.1.5. El turismo, conceptos e impactos

El turismo es una actividad que se deriva exclusivamente del hecho de viajar, esto implica necesariamente que exista un desplazamiento por parte de los turistas de su lugar de residencia a otro lugar diferente, estos turistas con anterioridad han obtenido ingresos en su lugar de residencia con los cuales, posteriormente, deben realizar un consumo de bienes y servicios en otro lugar, para satisfacer necesidades. Esta relación requiere de la existencia de una estructura de producción de bienes y servicios, que permita el intercambio de

quienes compran un producto turístico y quienes lo elaboran, motivo por el cual es imposible negar que el turismo es esencialmente una actividad económica. Según Kraph (1954) desde el momento en que resulta un servicio pagado y absorbe una parte de la renta, el turismo es un hecho económico y social

De lo anterior se puede definir El turismo como el conjunto de actividades que realizan las personas cuando se desplazan a un lugar diferente de su lugar de origen ya sea por placer o por negocios, estas actividades poseen como característica el intercambio de diferentes bienes y servicios y Según herrera ramirez y sabogal para el Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia (2010), turismo es:

> El fenómeno resultante de la coincidencia inmediata o mediata de diversos factores que se generan por el desplazamiento temporal de personas, que teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares diferentes al de su domicilio habitual e intercambian por dinero, bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo (Herrera, Ramirez, y Sabogal, 2012, p. 29).

De acuerdo **con** esta definición, se puede decir que la actividad turística es el resultado de las diversas relaciones de factores tales como la demanda conformada por los usuarios, la oferta formada por el conjunto de servicios o productos, el espacio geográfico lugar donde tiene encuentro entre la oferta y la demanda y los operadores del mercado entendidos como aquellas organizaciones que facilitan las relaciones entre oferta y demanda (OMT, 2008).

Ya con el concepto de turismo definido se puede entrar a describir el panorama actual que este fenómeno social afronta. El cual es alentador ya que en el mundo este sector ha experimentado una gran diversificación hasta convertirlo en uno de los sectores económicos que crece de forma más acelerada y sostenida. Así mismo, el turismo guarda una estrecha relación con el desarrollo económico de las regiones, por esto el turismo y su dinámica ha logrado convertirse en pieza fundamental del motor socioeconómico y progreso de un país.

Hoy en día el volumen de negocio que maneja el turismo es tan grande que compite cabeza a cabeza con algunos de los sectores más importantes en la economía mundial Debido a esto se ha consolidado como uno de los principales actores del comercio internacional, representando al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de muchos de los países actualmente considerados en desarrollo, este crecimiento se ve avivado por el aumento de la diversificación del negocio y de la competencia que se genera entre los diferentes destinos y sus atractivos.

Entonces, se puede indicar que la expansión general que ha percibido el turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa en términos económicos y de empleo para muchos sectores que con este se relacionan como son, por ejemplo: la construcción, las telecomunicaciones o incluso la agricultura.

La contribución del turismo al bienestar económico de una región depende en gran medida de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca, la OMT incentiva y ayuda a los destinos a posicionarse y además a hacerlo de forma sostenible en mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos.

El turismo también se ha visto beneficiado de situaciones como, por ejemplo, el abaratamiento de los tiquetes aéreos gracias a la gran oferta de agentes turísticos al igual que la aparición de hoteles de todo tipo y rango de precios que pueden ser encontrados a través de las redes sociales o sitios web especializados  lo cual en épocas anteriores no hubiera sido posible pues no todas las personas dedicadas a esta actividad podían dar a conocer sus negocios bajo el modelo de publicidad que se manejaba en el pasado, estos factores, lograron incentivar un mayor número de personas a desplazarse a otros lugares.

Tanto ha sido el crecimiento de esta actividad que ha logrado captar la atención de los ambientalistas en el mundo, los cuales han denunciado el desgaste ambiental que genera dicha actividad, debido al gran consumo de recursos, la modificación de ecosistemas y la amenaza a fauna y flora por medio de la destrucción de su hábitat (Ochoa, 2013).

Uno de los elementos del turismo que a la vez es uno de los más fundamentales en su desarrollo y que pone en alerta todos los indicadores ambientales, está directamente relacionado a los hoteles y su labor diaria, los cuales según Maya (2012), se caracterizan por la realización de pequeños procedimientos con un gran número de repeticiones, lo cual conlleva a un consumo de grandes cantidades de energía, agua, y otros recursos, produciendo contaminación ambiental en cuanto a ruidos, olores y sustancias químicas (Maya, 2012). Siendo la parte operacional, es decir, lo referente a mantenimiento, limpieza, cocina, restauración, lavandería, etc. la más contaminante. (Vargas, Vaca, & Garcia de Soto, 2005).

Dado lo anterior, es importante reconocer que el turismo como actividad económica hoy en día genera una huella en el medio ambiente puesto que se requiere la utilización de recursos que posteriormente se transforman en desechos logrando que el tema

medioambiental cobre importancia y deba ser articulado en las políticas actuales de responsabilidad social de las empresas que se desenvuelven en este sector.

Según Ayuso (2002), los principales impactos ambientales de la actividad turística son:

- Uso de recursos naturales, sobre todo materiales de construcción en la fase anterior a la prestación de servicios y agua en la fase operacional.
- Uso de energía durante la prestación de servicios para calefacción y aire acondicionado.
- Emisiones al aire (gases, aerosoles, partículas, etc.), al agua (productos de limpieza, desinfectantes, detergentes), al suelo (pesticidas, herbicidas y fertilizantes
- Residuos durante todas las fases del ciclo de vida (envases, residuos orgánicos de cocina y jardín, muebles y equipos obsoletos).
- Ruido durante todas las fases del ciclo de vida (en la construcción o reconstrucción, o de actividades al aire libre).
- Biodiversidad durante todas las fases del ciclo de vida (ocupación del suelo, degradación de paisajes, destrucción de hábitats.

Dada la importancia de la actividad turística en la economía, tanto por su aporte al PIB, como por la generación de empleo, su permeancia y constante crecimiento son temas que se deben garantizar, por esta razón mantener el subsector competitivo es hoy en día un imperativo, así mismo la conservación del medio ambiente es un tema que cada día toma

más importancia, ya que gran parte del éxito de este sector depende de la calidad del entorno natural en el cual se desarrolla la actividad (Secretariado de la Red de Autoridades Ambientales, 2007).

Lo mencionado anteriormente ha logrado que los agentes inmersos en el sector turístico fijen su atención en la Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de implementar esta como la herramienta que pueda hacerle frente a esta tendencia, la cual Cramer (2008) define como "El conjunto de actividades técnicas y organizativas que el hotel desarrolla para disminuir el impacto perjudicial que sus operaciones pueden producir en el medio ambiente" (p12). Todo con el ánimo de desarrollar un modelo que permita la satisfacción de necesidades tanto sociales como económicas, pero por medio del uso racional de los recursos para lograr los niveles de sostenibilidad que no amenacen el ecosistema (Ochoa, 2013).

Por otra parte, se han establecido unos puntos generales a nivel internacional, que el turismo debe cumplir para que se considere sostenible:

a) Moderación en el uso de los recursos: el mundo ha visto ya que los recursos naturales no son infinitos y que, por tanto, es preciso cuidarlos en todos los sectores económicos, por tanto, también en el turístico.

b) Reducción en el exceso del consumo y de los residuos: para racionalizar el uso de los recursos se hace preciso controlar el consumo y la cantidad de residuos que se utilizan, y precisamente en la industria turística es habitual el gasto en exceso.

c) Mantenimiento de la diversidad biológica: conservar los ecosistemas, las especies y los genes.

d) Planificación cuidada del turismo: considerar los apartados anteriores a la hora de llevar a cabo proyectos turísticos.

e) Apoyo de la economía local: para que el turismo triunfe y se mantenga en el tiempo en un lugar, es preciso apoyar a la economía local de manera que la gente esté satisfecha con la llegada del turismo.

f) Que involucre a la población local: igualmente, la comunidad local debe participar de las decisiones turísticas que se tomen en su área.

g) Formación específica del personal: según las ideas del turismo sostenible, pues el personal también debe llevar a cabo esa sostenibilidad.

h) Marketing responsable: dirigido a promocionar el lugar mostrando realmente lo que el turista se va a encontrar.

i) Estímulo de la investigación: para poner en práctica nuevas ideas que ayuden a hacer el sector más sostenible

(Pérez de las Heras, Mónica, Secretariado de la Red de Autoridades Ambientales, 2007)

La mayoría de las medidas que son recomendadas para que se logre una sostenibilidad, corresponden a medidas que no buscan prohibir, si no por lo contrario buscan regular y controlar, para así minimizar el impacto ambiental, lo que a la vez convierten al subsector en un aliado en la búsqueda de la sostenibilidad, ya que según Maya (2012), el turismo se ha considerado como una de las pocas industrias que cuenta con un modelo el cual posee características con potencial que puede aportar, para contribuir positivamente a los estándares de sostenibilidad que se están creando en el mundo. (Maya, 2012)

## 4.2. Marco Contextual

### 4.2.1. Sector turismo a nivel mundial

Actualmente se vive en un mundo globalizado, y es natural encontrar personas de todo el mundo, estudiando y conociendo hasta los lugares más remotos del planeta. Este número de personas que desean conocer y viajar por el mundo es cada vez más alto, lo cual ha traído como consecuencia que estos destinos preferidos por el gran número de turistas, alcancen unos altos índices de crecimiento económico, todos debido a la dinamización económica que genera la entrada e inversión de dinero extranjero en el ámbito comercial, social e infraestructural de estos destinos.

La OMT (Organización Mundial del Turismo) la cual es el ente especializado que hace parte de las Naciones Unidas y es encargada de promover un turismo responsable, sostenible y de fácil acceso para todos. En su reporte anual del 2014, afirmó que el turismo es el factor clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar. Así mismo, describió las tendencias y comportamientos que ha presentado este sector, entre las cuales se tienen las siguientes:

- Un número creciente de destinos de todo el mundo se han abierto al turismo y han invertido en él, haciendo del mismo un sector clave para el progreso socioeconómico, a través de la creación de puestos de trabajo y de empresas, la generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructuras(OMT, 2014, p. 2).
- Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de

mayor envergadura y crecimiento del mundo. A los destinos favoritos tradicionales de Europa y América del Norte se han ido sumando muchos otro (OMT, 2014, p. 3).

- A pesar de las fuertes conmociones que ocasionalmente se producen, el turismo ha experimentado un crecimiento prácticamente ininterrumpido. Las llegadas de turistas internacionales a escala mundial han pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 527 millones en 1995 y 1.133 millones en 2014. De forma análoga, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han pasado de 2.000 millones de dólares de los EE.UU. en 1950 a 104.000 millones en 1995 y 1.425.000 millones en 2014 (OMT, 2014, p. 3).

LA OMT, señala la importancia de este sector a nivel mundial en la actualidad, y en su último reporte afirma que este sector aporta el 10% del PIB a nivel mundial a junio del 2017, genera 1 de cada 10 empleados, y es responsable del 30% de las exportaciones de servicios en el mundo. En la siguiente imagen se muestran los datos plasmados por la organización:

**Imagen 1. Importancia del turismo**

Fuente: OMT (2017).

De igual forma, en el reporte se identifican las tendencias a largo plazo que se esperan de este sector, basados en una serie de estadísticas y tendencias que se han analizado previamente, según las previsiones a largo plazo de la OMT, incluidas en Tourism Towards 2030 (Turismo hacia 2030), las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030, hasta alcanzar los 1.800 millones.

> • Entre 2010 y 2030, se prevé que el ritmo de crecimiento de llegadas a destinos emergentes (+4,4% al año) doble el de llegadas a economías avanzadas (+2,2% al año).
>
> • La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 45% en 2014 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivaldrá a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales (OMT, 2014, p. 5).

Entonces, se observa que las economías emergentes poseen un mejor escenario, ya que mantienen un ritmo de crecimiento anual del doble de las economías avanzadas, y además presentan un aumento en la participación del mercado a nivel mundial en este sector. Sin embargo, son pretensiones a largo plazo, puesto que en 2014, según la OMT solo hubo un cambio en el ranking de los diez primeros países por llegadas de turistas internacionales y dos en el de ingresos por turismo. México, es el único país latinoamericano que se encuentra en la lista de los diez primeros de llegadas de turistas internacionales. Y no hay ninguno en la lista de los diez primeros en cuanto a los ingresos por turismo internacional.

**Imagen 2. Llegadas de turistas internacionales**

| Rango | | Millones | | Variación (%) | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Series[1] | 2013 | 2014* | 13/12 | 14*/13 |
| 1 Francia | TF | 83,6 | 83,7 | 2,0 | 0,1 |
| 2 Estados Unidos | TF | 70,0 | 74,8 | 5,0 | 6,8 |
| 3 España | TF | 60,7 | 65,0 | 5,6 | 7,1 |
| 4 China | TF | 55,7 | 55,6 | -3,5 | -0,1 |
| 5 Italia | TF | 47,7 | 48,6 | 2,9 | 1,8 |
| 6 Turquía | TF | 37,8 | 39,8 | 5,9 | 5,3 |
| 7 Alemania | TCE | 31,5 | 33,0 | 3,7 | 4,6 |
| 8 Reino Unido | TF | 31,1 | 32,6 | 6,1 | 5,0 |
| 9 Federación de Rusia | TF | 28,4 | 29,8 | 10,2 | 5,3 |
| 10 México | TF | 24,2 | 29,1 | 3,2 | 20,5 |

Fuente: OMT – UNWTO, 2014

**Imagen 3. Ingresos por turismo internacional**

| Rango | $EEUU | | | | Monedas locales | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Miles de millones | | Variación (%) | | Variación (%) | |
| | 2013 | 2014* | 13/12 | 14*/13 | 13/12 | 14*/13 |
| 1 Estados Unidos | 172,9 | 177,2 | 7,0 | 2,5 | 7,0 | 2,5 |
| 2 España | 62,6 | 65,2 | 7,6 | 4,2 | 4,1 | 4,2 |
| 3 China | 51,7 | 56,9 | 3,3 | 10,2 | 1,4 | 9,2 |
| 4 Francia | 56,7 | 55,4 | 5,6 | -2,3 | 2,1 | -2,3 |
| 5 Macao (China) | 51,8 | 50,8 | 18,1 | -1,9 | 18,1 | -1,9 |
| 6 Italia | 43,9 | 45,5 | 6,6 | 3,7 | 3,1 | 3,7 |
| 7 Reino Unido | 41,0 | 45,3 | 12,1 | 10,3 | 13,2 | 4,8 |
| 8 Alemania | 41,3 | 43,3 | 8,2 | 5,0 | 4,7 | 4,9 |
| 9 Tailandia | 41,8 | 38,4 | 23,4 | -8,0 | 22,1 | -2,7 |
| 10 Hong Kong (China) | 38,9 | 38,4 | 17,7 | -1,4 | 17,7 | -1,5 |

Fuente: OMT-UNWTO, 2014.

Sin embargo, américa presenta un escenario favorable con respecto al comportamiento del sector, pues es la región, que tiene el crecimiento más rápido y constante en comparación con las demás regiones del mundo en el año 2014.

Según el reporte Anual de la OMT, "La región de las Américas (+8%) registró el mayor crecimiento relativo de todas las regiones del mundo en 2014, recibiendo 13 millones más de turistas internacionales, y elevando a 181 millones el total de llegadas. Los ingresos por turismo internacional en la región llegaron a los 274.000 millones de dólares

de los EE.UU., lo que significa un incremento del 3% en términos reales" (OMT, 2014).

América del sur presentó un aumento del 5% en 2014, países como Argentina (13%), Ecuador (14%) y Colombia (12%) fueron la palanca de empuje para esta región, mientras los demás países, presentaban unos niveles de crecimiento moderados, inclusive Brasil, el mayor destino de esta región, presenta un crecimiento muy acorde a estos países. (OMT, 2014).

**Imagen 4. Llegadas de turistas internacionales – ingresos por turismo internacional en américa del sur para los 2010 – 2014**

| Destinos | | Llegadas de turistas internacionales (1000) | | | | Variación (%) | | | Cuota (%) | Ingresos por turismo internacional (Millones de $EEUU) | | | | Cuota (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Series[1] | 2010 | 2012 | 2013 | 2014* | 12/11 | 13/12 | 14*/13 | 2014* | 2010 | 2012 | 2013 | 2014* | 2014* |
| **América del Sur** | | **23.131** | **26.693** | **27.083** | **28.551** | **6,3** | **1,5** | **5,4** | **15,8** | **20.904** | **24.581** | **24.901** | **25.789** | **9,4** |
| Argentina | TF | 5.325 | 5.587 | 5.246 | 5.935 | -2,1 | -6,1 | 13,1 | 3,3 | 4.942 | 4.887 | 4.313 | 4.627 | 1,7 |
| Bolivia | TF | 679 | 798 | 798 | .. | 12,2 | 0,0 | .. | .. | 379 | 594 | 573 | .. | .. |
| Brasil | TF | 5.161 | 5.677 | 5.813 | .. | 4,5 | 2,4 | .. | .. | 5.702 | 6.645 | 6.704 | 6.843 | 2,5 |
| Chile | TF | 2.801 | 3.554 | 3.576 | 3.673 | 13,3 | 0,6 | 2,7 | 2,0 | 1.645 | 2.150 | 2.181 | 2.252 | 0,8 |
| Colombia | TF | 2.385 | 2.177 | 2.288 | 2.565 | 6,6 | 5,1 | 12,1 | 1,4 | 2.797 | 3.460 | 3.611 | 3.914 | 1,4 |
| Ecuador | VF | 1.047 | 1.272 | 1.364 | 1.557 | 11,5 | 7,2 | 14,1 | 0,9 | 781 | 1.033 | 1.246 | 1.482 | 0,5 |
| Guayana | TF | 152 | 177 | 200 | 206 | 12,6 | 13,2 | 2,9 | 0,1 | 80 | 64 | 77 | .. | .. |
| Guayana Francesa | TF | .. | .. | .. | .. | .. | .. | .. | .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| Paraguay | TF | 465 | 579 | 610 | 649 | 10,6 | 5,3 | 6,4 | 0,4 | 217 | 265 | 273 | 282 | 0,1 |
| Perú | TF | 2.299 | 2.846 | 3.164 | 3.215 | 9,5 | 11,2 | 1,6 | 1,8 | 2.008 | 2.443 | 3.009 | 3.001 | 1,1 |
| Suriname | TF | 204 | 240 | 249 | 246 | 8,9 | 3,8 | -1,1 | 0,1 | 61 | 71 | 84 | 95 | 0,0 |
| Uruguay | TF | 2.349 | 2.695 | 2.684 | 2.682 | -5,7 | -0,4 | -0,1 | 1,5 | 1.509 | 2.076 | 1.921 | 1.760 | 0,6 |
| Venezuela | TF | 526 | 988 | 986 | .. | 66,1 | -0,2 | .. | .. | 740 | 844 | 858 | .. | .. |

Fuente: OMT-UNWTO, 2014

### 4.2.2. Sector Turismo en Colombia

Para Colombia el panorama es aún más favorable, pues los destinos turísticos preferidos para los viajeros incluyen paisajes exóticos, diversidad y biodiversidad, flora y fauna, entre otros. Colombia es un país cuya ubicación es una ventaja comparativa frente los demás países, esta ventaja ha sido utilizada estratégicamente para atraer y acoger a las miles de personas que ingresan anualmente al país, y brindarles la oportunidad de conocer y tener un acercamiento con nuestra cultura.

> Los servicios de hotelería y restaurante se caracterizaron en 2012 por presentar un crecimiento del PIB de 4,0%, lo que representó un aumento igual al PIB total (4,0%). En el cuarto trimestre de 2012 el crecimiento de este sector fue de 2,3%, esto es 0,8 puntos porcentuales menos que el PIB total (3,1%). (MINCIT, 2013. p 4)

Sin embargo, para el siguiente año, el sector presentó un comportamiento que superó el anterior, ya que según el MINCIT (2013) "En enero de 2013 el sector de comercio, hoteles y restaurantes representó el 27,4% del total de la población ocupada del país con un crecimiento de 3,3% frente al mismo mes de 2012" (p. 4).

También se afirma que el sector logró ser una de las actividades económicas líderes en cuanto a la generación de inversión, al igual que de empleo, ya que para enero del año 2016 alcanza la cifra más alta de contratación de los últimos 10 años con una tasa del 53,24%, ascendiendo a un 61,64% para el mes de noviembre de ese mismo año. (El Espectador, 2016)

Es posible observar un comportamiento favorable y positivo del sector en la dinámica económica del país, pues además de tener un aporte considerable en el PIB, es un gran generador de empleo, convirtiéndolo en un sector de alto potencial y de grandes oportunidades de mercado.

En Colombia para el año 2014 la participación porcentual de ciudades con mayor flujo de turistas extranjeros se repartió así:

**Imagen 5. Principal ciudad de destino de turistas extranjeros en el año 2014**

| Destino reportado | Total llegadas | | | | Variación (%) | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2013 | 2014 | Enero 2014 | Enero 2015 | 2014/2013 | Enero 2015/2014 |
| BOGOTÁ D. C. | 888.852 | 1.012.824 | 75.398 | 84.735 | 13,9% | 12,4% |
| BOLÍVAR | 228.077 | 258.450 | 22.108 | 26.889 | 13,3% | 21,6% |
| ANTIOQUIA | 191.426 | 213.397 | 15.215 | 16.844 | 11,5% | 10,7% |
| VALLE DEL CAUCA | 129.909 | 143.715 | 10.094 | 11.657 | 10,6% | 15,5% |
| SAN ANDRÉS Y PROVIDENCIA | 54.656 | 83.036 | 6.647 | 8.809 | 51,9% | 32,5% |
| ATLÁNTICO | 53.957 | 54.479 | 4.308 | 4.342 | 1,0% | 0,8% |
| NORTE DE SANTANDER | 31.732 | 43.577 | 4.286 | 4.925 | 37,3% | 14,9% |
| MAGDALENA | 22.263 | 22.911 | 2.047 | 2.555 | 2,9% | 24,8% |
| SANTANDER | 22.610 | 22.969 | 2.118 | 1.989 | 1,6% | -6,1% |
| RISARALDA | 19.017 | 19.376 | 1.164 | 1.363 | 1,9% | 17,1% |
| OTROS | 83.801 | 93.080 | 7.420 | 9.133 | 11,1% | 23,1% |
| **TOTAL** | **1.726.300** | **1.967.814** | **150.805** | **173.241** | **14,0%** | **14,9%** |

Fuente: UAEPN. Cálculos OEE – MCIT

Se observa una gran afluencia de visitantes extranjeros con destino a Bogotá, Bolivar y Antioquia, dejando por debajo a ciudades con altos índices de turistas como Magdalena o San Andrés y Providencia. Esto demuestra que la tendencia de los turistas cada vez se va transformando y cada día crece más el número de personas que prefiere visitar y conocer espacios con abundancia en fauna y flora, con biodiversidad, avistamiento de aves y flores, actividades y deportes que permiten tener un mayor acercamiento con la vida y la naturaleza.

En Colombia existen muchos lugares como los mencionados anteriormente, existen reservas naturales, parques de flora y fauna, nevados, ríos, y muchas de las características

requeridas por los turistas para pasar sus vacaciones o simplemente conocer y disfrutar un viaje.

**Imagen 6. Número de llegadas a parques nacionales naturales en el año 2014**

| Parques | Total llegadas | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2012 | 2013 | 2014 | Diciembre 2013 | Diciembre 2014 |
| PNN Corales del Rosario | 420.492 | 443.458 | 433.576 | 51.051 | 49.461 |
| PNN Tayrona | 293.525 | 304.575 | 306.872 | 30.776 | 33.464 |
| SFF Isla de la Corota | 34.491 | 33.489 | 40.671 | 3.675 | 4.263 |
| PNN Nevados | 15.384 | 21.004 | 37.498 | 2.517 | 2.480 |
| PNN Chingaza | 13.801 | 15.081 | 11.972 | 620 | 1.234 |
| PNN El Cocuy | 9.747 | 14.147 | 16.867 | 1.689 | 2.086 |
| SFF Flamencos | 3.259 | 13.779 | 7.690 | 5.435 | 1.206 |
| PNN Old Providence | 10.089 | 10.591 | 13.996 | 1.130 | 1.495 |
| PNN Puracé | 2.959 | 3.302 | - | - | - |
| PNN Gorgona | 2.617 | 2.823 | 3.074 | 166 | - |
| Otros | 19.079 | 16.593 | 37.894 | 1.156 | 2.785 |
| **TOTAL** | **825.443** | **878.842** | **910.110** | **98.215** | **98.474** |

Fuente: UAEPN. Cálculos OEE – MCIT

Es por esto, que el gobierno ha incentivado la inversión en este sector, gracias a la aprobación del decreto 2755 del 2003, el cual eximia por 30 años del impuesto de renta, a todos aquellos proyectos hoteleros que se construyeran antes del 31 de diciembre del 2017, del cual se logró la apertura de 43.653 nuevas habitaciones entre el año 2003 y 2016, cifras que lo posicionan dentro de los más influyentes del país. (ministerio industria y comercio,2017)

### 4.2.3. Responsabilidad Social Empresarial en el sector turismo mundial

La responsabilidad social es un concepto que se ha abierto paso en la agenda de los líderes mundiales a través de la última década, y ha escalado posiciones para constituirse como un tema de gran importancia en la actualidad; así mismo lo ratifica Dave Stangis, (2014) en la revista Forbes vicepresidente de RSE y Sostenibilidad de Campbell Soup Company, "la responsabilidad social continua ascendiendo en la clasificación" como David lo afirma, RSE no es solo parte de la agenda del CEO y del consejo, es toda la agenda". Es decir que este tema influencia hoy la mayoría de acciones que deben llevar a cabo los directivos de las empresas.

Tanto los líderes como las organizaciones a nivel mundial, se han encargado de generar un marco internacional, en el cual se encuentran los principales parámetros que rigen lo que es el concepto de responsabilidad social empresarial en la actualidad. Algunos de los lineamentos de mayor relevancia corresponden a: los 10 principios del Pacto Mundial, la Guía ISO 26000, las líneas directrices de la OCDE, la declaración tripartía de la OIT para las empresas multinacionales y la política socio laboral, entre otros; los cuales se han encargado de impulsar una evolución del concepto de RSE para garantizar cada vez más el bienestar de la sociedad.

Aunque los lineamientos de la RSE han tomado bastante fuerza en el mundo contemporáneo, aquel que se ha caracterizado por un mayor desarrollo es el correspondiente al medio ambiente y desarrollo sostenible, pues la preocupación por el estado del planeta es una de las tendencias con mayor índice de crecimiento que cada día toma más preeminencia, llegando al punto de convertirse en un requisito para el mercado

global, en el cual la aprobación de acuerdos como los 17 objetivos de desarrollo sostenible por la ONU, lo reafirman. McPherson (2014) citando a Trisa Thompson, jefe de sostenibilidad para Dell, lo corrobora "Creo que las grandes tendencias se centrarán en el cambio climático y en la medición de la sostenibilidad, y más específicamente, pienso (y espero!) que habrá más países, líderes destacados socialmente (desde las estrellas de cine a CEOs) siguiendo esta tendencia. Creo que el acuerdo entre China y Estados Unidos este año es una llamada de atención para todos (McPherson, 2014, p. 1).

Thompson, también se refiere a la medición de la RSE, y afirma que “este próximo año es prometedor para las empresas que siguen nuestra manera de medir el valor de la sostenibilidad y la huella de nuestros productos, con esperanza de avanzar hacia un método más coherente y fiable" (Susan McPherson, 2014, p. 1)

En lo que se refiere al gremio hotelero mundial, esta tendencia no es ajena ya que como lo reporta Portafolio basado en el CSR in Tourism Study (2005): "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. " (Rachel Dodds & Marion Joppe, 2005).

Pero lo anterior contrasta con el hecho de que para el año 2015, solo 21 hoteles alrededor del mundo rindieron informes de sostenibilidad, esto basado en los informes de Global Reporting Initiative (IGR), lo cual lleva a concluir que el sector hotelero no está siguiendo la tendencia global en lo que se refiere a RSE. (Rachel Dodds & Marion Joppe,

2005).

#### 4.2.4. Responsabilidad social empresarial en el sector turismo colombiano

En Colombia, en cambio, se presenta un escenario diferente, pues debido al crecimiento económico generado en los últimos años, se requiere un cambio de mentalidad en los empresarios de los hoteles del país, pues al ser un sector con tanta influencia económica, se deben generar estrategias que opten por un crecimiento sostenible.

- Contrastando lo expuesto en la teoría de la responsabilidad social empresarial frente al diario trasegar de las organizaciones pertenecientes al gremio hotelero se puede decir que el panorama no está muy claro debido a las pocas investigaciones que hay acerca de este tema en el país, lo cual obstaculiza el estudio de la evolución que ha tenido esta variable junto al boom hotelero de los últimos años (Bedoya, 2015).

En el año 2012 se lleva a cabo un estudio para determinar la responsabilidad social en dicho gremio por medio del Centro de Cultura, Trabajo y Cuidado de Inalde Business School, el cual resalta que aunque se aplican prácticas y técnicas que favorecen al medioambiente, estas no están integradas entre sí. En el estudio también se determinó que las principales prácticas acogidas son aquellas relacionadas con el ahorro de energía, agua y manejo de desechos (Portafolio, 2013).

- Para el año 2015, según Bedoya (2015) fue posible establecer que la interpretación de RSE es diferente para los hoteles foráneos y para los nacionales. En cuanto a los hoteles pertenecientes a cadenas internacionales se pudo notar que tienden a inclinarse por un modelo mucho más liberal, enfocado en la productividad y

racionalidad; en cambio los hoteles nacionales tienden a ser más humanistas, toman la RSE como una ventaja competitiva cuando se enfocan en diferentes segmentos que pueden atraer más huéspedes (Bedoya, 2015).

- Al consultar la Encuesta Ambiental de Hoteles realizada por el DANE en el 2014, en la cual se calcula la oscilación de diferentes variables de este año con respecto al 2013; se encontró que la inversión total realizada por los hoteles en actividades de manejo ambiental, tuvo una variación del 10,8%. En cuanto al consumo de energía, este tuvo un incremento del 1,4%, determinado principalmente por el incremento del consumo de la categoría denominada otros energéticos, que está constituida por carbón vegetal, leña y planta eléctrica, estuvieron caracterizados por un consumo del 34,8%, mientras que la energía eléctrica solo tuvo un incremento del 2,5%. El agua utilizada por los hoteles, también tuvo un incremento del 2,8%, que se generó por el incremento del consumo del agua envasada en un 12,8%, para este periodo de tiempo estudiado (DANE, 2014).
- Por otro lado, al consultar el Pacto Mundial Colombia, fue posible hallar que entre aproximadamente más de 500 empresas que están ubicadas en territorio nacional y están comprometidos con este Pacto, solo 10 se clasifican en el sector del turismo y solo una de ellas es un hotel, panorama que no es muy alentador, puesto que para noviembre del 2016 Cotelco contaba con 8.532 hoteles registrados (Pacto Mundial Colombia, 2016).

#### 4.2.5. Turismo y hotelería en el Eje Cafetero

El potencial turístico con el que cuentan los departamentos del Quindío, Caldas y Risaralda, les han permitido convertirse en una de las zonas de mayor atracción turística a

nivel nacional, gracias a su ubicación y desarrollo como región cafetera.

El turismo se ha convertido en una de las actividades más importantes para la economía, y actualmente es el tercer mayor generador de divisas en el país; por tal razón el gobierno ha decidido fortalecer esta actividad con diferentes iniciativas. Una de ellas es la creación de 12 corredores turísticos, los cuales fueron fundados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para integrar los atractivos de cada región. El primer corredor fue lanzado el 16 de agosto del 2016 y corresponde al Eje Cafetero, el cual fue escogido principalmente por su diversidad natural y geográfica, además el trabajo que se ha realizado por años en estos departamentos, hace que esta región sea propia para el desarrollo de turismo naturaleza, pues cuenta con reservas naturales, parques temáticos, lugares para el avistamiento de aves y prácticas de deportes de aventura; además de sus exóticos paisajes que caracterizan a la mayoría de los municipios, que además están inscritos a la lista de Patrimonio de la Humanidad, haciendo parte del Paisaje Cultural Cafetero.

Este no ha sido el único esfuerzo que ha implementado el gobierno para seguir impulsando el turismo en esta región, según María Claudia Lacouture, Ministra de comercio en el lanzamiento del corredor turístico (2016), se ha realizado una inversión de $79.760 millones en aproximadamente seis años, de los cuales $69.660 millones se destinaron a infraestructura, $2.920 millones a competitividad y $7.250 a promoción turística. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2016).

**5.** Todos estos esfuerzos, se ven reflejados en los resultados obtenidos, ya que solo entre enero y mayo de 2016, el crecimiento fue del 17% comparado con el mismo periodo del

año anterior, además según estadísticas del DANE, los establecimientos hoteleros en los departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío, han crecido en un 23%, 12%, 9% respectivamente, al igual que la ocupación hotelera, la cual ha variado positivamente en 4%, 2% y 11% entre el año 2014 y 2015 (DANE, 2016).

Por otro lado, al querer indagar en cuanto a la responsabilidad social empresarial de los hoteles en estos departamentos, se encontró que esta zona tuvo un comportamiento negativo en dos de las tres variables observadas en la Encuesta Ambiental de Hoteles por regiones realizada por Cotelco, las variables corresponden a la cantidad de agua consumida y el número total de inversiones realizadas en actividades que contribuyan al medio ambiente. Para el tema de las inversiones, según la Encuesta ambiental de hoteles; al comparar los comportamientos entre el año 2013 y 2014, se determinó que la región tuvo un decrecimiento del -6,8%, mientras que a lo correspondiente del tema del agua tuvo un crecimiento del 3,1%. En cuanto al consumo de energía, la región andina tuvo un comportamiento del –0,2%, siendo una de las dos regiones que ahorraron energía, junto con el pacifico, la cual tuvo un ahorro del 3,2%.

### 5.1. Marco Legal

A través del tiempo las empresas han desarrollado una conciencia socialmente más responsable, aun son muchos los esfuerzos dirigidos hacia este contexto, por ende, surge la necesidad de que organizaciones internacionales y los gobiernos busquen, por medio de la implementación de normas y certificaciones, un bienestar común para todas las organizaciones en general.

A continuación, se presentan algunas normas de orden nacional e internacional que aplican para los temas tratados en esta investigación:

**6. LEY 70 de 2010**

Esta ley pretende incentivar el comportamiento voluntario y socialmente responsable por parte de las organizaciones con la construcción de políticas, estrategias, programas y proyectos con objetivos sociales, estos deben abarcar temas de protección a la niñez, erradicación del trabajo infantil, respeto a los derechos humanos, responsabilidad ambiental en función de la prevención y reparación a los daños ambientales. (SENADO DE LA REPUBLICA, 2010)

**7. LEY 1558 de 2012**

La ley 1558 por la cual se modifica la ley 300 de 1996- - Ley general de turismo y la ley 1101 de 2006, busca impulsar una política pública eficiente y eficaz que potencialice al país como destino, y permita alcanzar la meta de convertirlo uno de los lugares favoritos para el descanso y negocios de millones de viajeros del mundo.

Por ende, esta norma fomenta, desarrolla y promociona la competitividad del sector y regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimalización de la calidad. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012)

En la siguiente tabla, se evidencian más normas, con su respectiva tipología y descripción:

**Tabla 3. Estándares de la RSE y otros documentos**

| Estándares de la RSE y otros documentos (tipología, descripción) | | |
|---|---|---|
| **Título** | **Tipología** | **Descripción** |
| ISO 26000 | No es certificatoria ni regulatoria. | "Proporciona una guía a las organizaciones sobre los principios, temas centrales relacionados con las responsabilidad social, y los métodos para implementar los principios de estos en las actividades diarias en una organización". (ISO/WD 26000, 2006 P.8) |
| Norma de aseguramiento AA1000 | Es una norma no certificable. Auditable. | "Es un estándar de aplicación general para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de una sostenibilidad de una organización, sus principales procesos, sistemas y competencias". (Accountability: 2003, p.4) |
| Cuadro central, indicadores sociales AECA (la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas) | Es un marco conceptual que ayuda a entender la Responsabilidad Social Empresarial fundamentalmente para PYMES. No certificable. | Funciona para la creación de los informes sobre RSE de las MyPimes y preparación de los indicadores detallados (AECA, 2003). |
| Global ReportingInitiative – GRI | No auditable, ni certificable. | La GRI ha elaborado un marco que aporta directrices sobre la elaboración de memorias de RSE, incluyendo los impactos económicos, sociales y ambientales |

| | | |
|---|---|---|
| | | de una empresa. (SDStrandberg, 2010:15) |
| SGE 21: 2008 Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable | Norma auditable y certificable por FORÉTICA. | "Permite establecer un Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable en las organizaciones. Debe ser compatible e integrable con los sistemas de gestión de la calidad, medio ambiente, prevención de riesgos laborales, entre otros". (Forética: 2008, p.5) |
| Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial | Indicadores. No auditable. | "Estos indicadores buscan plantear cómo puede la empresa mejorar su desempeño en los temas correspondientes desde distintas perspectivas". (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social: 2006 p.6) |
| Norma SA 8000 | Es una norma auditable, certificable por SAI (Social Accountability International). | "Esta norma específica los requisitos de responsabilidad social que permiten a una compañía: a) Desarrollar, mantener y aplicar sus principios con el objeto de manejar aquellos asuntos que están bajo su control. b) Demostrar a las partes interesadas que su principio y prácticas están en conformidad |

| | | |
|---|---|---|
| | | con los requerimientos impuestos por esta norma. (Social Accountability International, 2001, p. 3) |
| "El Pacto Mundial busca facilitar un marco de trabajo contextual para fomentar y difundir la innovación, las soluciones creativas y las mejores prácticas entre los participantes. No sustituye a organismos regulatorios ni de otro tipo. El Pacto Mundial cree que las iniciativas voluntarias y los sistemas regulatorios se complementan mutuamente y cuando se combina genera un poderoso impulso que favorece el sentido de responsabilidad cívica corporativa". (Pacto Global: 2004, p. 5-6) | Es una guía no certificable. | |

Fuente: Duque, Cardona, & Rendón, 2013, p.203.

## 8. Diseño Metodológico

Para un adecuado desarrollo del trabajo fue necesario definir el tipo de investigación que se efectuó, las técnicas de recolección de datos y los instrumentos utilizados para dar respuesta a la pregunta de investigación.

### 8.1. Definición del tipo de investigación

Esta investigación es de naturaleza cualitativa dado que se analizaron las diversas variables teóricas que allí se plasmaron. Fue necesario establecer de qué manera y con cuáles elementos e instrumentos se trabajó para el alcance de los objetivos; el tema de interés fue estudiado de manera descriptiva ya que "Se propone este tipo de investigación para la alineación de la información a la que se accederá a lo largo de la investigación, es describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés" (Tamayo, 1999, p. 44).

Debido a que esta investigación describió las acciones de RSE en los hoteles grandes de la ciudad de Pereira para lograr identificar qué entienden por responsabilidad social empresarial, determinar su aplicación, y contrastarlo con las teorías actuales del concepto.

Es importante resaltar, que fue necesario utilizar fuentes de información como las referencias bibliografías en libros, bases de datos, estudios, investigaciones o documentos oficiales de entidades públicas y privadas que permitieron desarrollar los objetivos planteados en la investigación.

### 8.2. Técnicas de recolección de información

Para la investigación, se utilizó la entrevista como técnica para la recolección de información:

- La entrevista semiestructurada que se realiza a los gerentes de los grandes hoteles de la ciudad de Pereira, este tipo de entrevista “intenta ir al fondo de ciertas cosas, de ciertos aspectos generales necesarios para la investigación” (Aktouf, 2001, p. 92).

8.3. Determinación de la población, la muestra, unidad de análisis y de observación

La población a la cual se le aplicó el instrumento fue a los gerentes de los hoteles grandes de la ciudad de Pereira (entrevista).

La población de análisis está distribuida de la siguiente forma:

- Hoteles grandes de la ciudad de Pereira: 19

Teniendo en cuenta que en Pereira existen 19 empresas consideradas grandes constituidas y dedicadas a esta actividad económica según Cámara de Comercio de Pereira. Se trabajó con el total de la población buscando más certeza en los resultados.

La entrevista se aplicó a 12 hoteles, ya que cinco de las 19 empresas prestadoras de estos servicios registradas en Cámara de Comercio de Pereira no accedieron a dar información del tema. Y adicionalmente la empresa LACASSINE S.A.S. no fue posible localizarla según los datos registrados en Cámara.

8.4. Diseño de Instrumento

Para el diseño del instrumento se tuvieron en cuenta las necesidades básicas de la investigación que consistían en determinar que conocen por responsabilidad social empresarial los gerentes de los grandes hoteles de la ciudad de Pereira, identificando las acciones de responsabilidad social empresarial y contrastando la opinión de los gerentes de los hoteles de la ciudad de Pereira con la teoría actual sobre el tema.

Para este proyecto fue necesario aplicar un instrumento el cual se presenta a continuación:

**Instrumento 1. Entrevista a los gerentes del sector turismo.**

**Entrevista**

**RESPONSBILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR TURISMO**

| | | |
|---|---|---|
| **Empresa:** | **Dirección:** | **Teléfono:** |
| **Entrevista:** | **Profesión:** | **Cargo:** |
| **Fecha:** | **Entrevistador:** | |

1. ¿Qué entiende la alta gerencia de la empresa acerca de la responsabilidad social empresarial?
2. ¿Realizan prácticas y/o acciones de responsabilidad social empresarial? ¿Cuáles son las de mayor impacto económico, social y ambiental?
3. Tienen proyecciones con base en la responsabilidad social empresarial? ¿Cuáles son las proyecciones sociales, económicas y ambientales?

## 9. Presentación y análisis de resultados

### 9.1. Presentación de la información

Después de realizar el trabajo de campo, se procede a mostrar la información recogida en la aplicación del instrumento:

**Tabla 4. Resultados del instrumento**

| | Conocimiento de la RSE | | Aplicación de la RSE | | | Proyecciones en RSE | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **HOTEL** | **Si** | **No** | **Económica** | **Social** | **Ambiental** | **Si tienen proyecciones** | **No tienen proyecciones** |
| **1** | x | | | | x | | x |
| **2** | | x | | | x | | x |
| **3** | | x | | | x | | x |
| **4** | x | | | X | x | X | |
| **5** | x | | x | X | x | X | |
| **6** | | x | | | x | | x |
| **7** | x | | | X | x | X | |
| **8** | | x | | | x | | x |
| **9** | | x | | | x | | x |
| **10** | | x | | | x | | x |
| **11** | | x | | x | | | x |
| **12** | | x | | | x | | x |

Fuente: Elaboración Propia.

## 9.2. Análisis de los Resultados

### 9.2.1. Resultados de las entrevistas

Una vez finalizado el trabajo de campo en el que se recopiló la información, se procede a analizarla, donde inicialmente se evidencia una carencia de conocimiento por

parte de las empresas vinculadas a la investigación, acerca de lo que se entiende por responsabilidad social empresarial y su aplicación, la cual, estos relacionan netamente con el tema medioambiental, pues como lo indico en la entrevista el gerente del hotel 1: "La RSE es un tema que se está viendo y manejando mucho en este momento, la empresa lo está implementando enfocado en la parte ambiental"(Entrevista gerente hotel #1. 2017)

De igual forma, se observan unas acciones de responsabilidad social por parte de la mayoría de los hoteles realizadas de una manera muy mecánica, es decir, no hay una finalidad concreta de trasfondo por realizar esta labor, no más allá de cumplir con una normatividad exigida o alcanzar unas certificaciones para situarse en una mejor posición frente a su competencia.

En relación con la primera pregunta del instrumento, la cual busca desarrollar el primer objetivo de la investigación, que consiste en determinar qué es responsabilidad social empresarial para los gerentes de los grandes hoteles de la ciudad de Pereira. Se halló que ocho de los doce gerentes entrevistados no tienen un conocimiento claro del concepto de RSE, aunque lo identifican como buenas prácticas con la comunidad, sus colaboradores y el medio ambiente, no tienen un acercamiento teórico al concepto. Pues como lo afirma el gerente entrevistado del hotel #4, quien le da una mirada netamente ambiental a la RSE:

> En este momento tratamos de hacer muchas cosas para el proceso de sostenibilidad, todo lo que tiene que ver con reciclaje, productos biodegradables, con los productos biosanitarios, se tiene convenio con atesa, para no mezclar con la basura normal que se genera, también lo que tiene que ver con el reciclaje que tenemos convenio con otra empresa que nos ayuda con eso (Entrevista gerente hotel #4, 2017).

Así mismo, el gerente del hotel #2, lo constata con la siguiente afirmación:

> El hotel está comprometido con muchas cosas, pero no tengo un conocimiento claro sobre este concepto, ¿quiere decir que estamos haciendo para ayudar a la comunidad? El hotel si lo está haciendo, pero no lo está haciendo de una manera muy profunda, lo que se ha tratado de hacer es que gran parte de las personas que trabajan en el hotel sean de la zona y también, en algún tiempo la gerencia a tratado de capacitar a las personas para ayudar en camarería, restaurante, incluso algunas zonas de mantenimiento (Entrevista gerente hotel #2, 2017).

Esto indica que el gremio de los grandes hoteles en la ciudad, no tiene un interés profundo en la responsabilidad social empresarial como estrategia en sus negocios, y aunque algunos hoteles si la reconocen como ventaja competitiva para afrontar el contextual actual, no existen unas pautas claras definidas por la alta gerencia en estos procesos en la mayoría de los hoteles grandes de la ciudad.

Evidenciándose lo anterior, en la respuesta brindada por el gerente del hotel #7, (2017), quien afirma que: "Eso tiene que ver con las buenas prácticas que se llevan en el hotel para beneficio del medio ambiente, y beneficio de la región en cuanto a la economía" (Entrevista gerente hotel #7). Así mismo, el gerente del hotel #9, afirma que la alta gerencia nunca ha manejado estos temas, respondiendo de la siguiente forma: "No sé, y nunca la alta gerencia ha hablado de esto…" (Entrevista gerente hotel #9, 2017)

Respecto a la segunda pregunta, que intenta resolver el objetivo 2 planteado en la investigación, en la cual se pretende identificar prácticas y/o acciones de responsabilidad social empresarial que se realizan en los hoteles, con el fin de identificar cuáles son las de

mayor impacto económico, social y ambiental, se logró percibir que todos los grandes hoteles de Pereira aplican acciones de RSE con un enfoque netamente ambiental, ya sea consciente o inconscientemente, pues 91,7% de los gerentes entrevistados, afirman que realizan prácticas o acciones que mitiguen su impacto medioambiental, destacándose el reciclaje, el ahorro en el consumo de agua y luz, y la preservación de los recursos naturales, entre otras. Cabe destacar que solo un hotel reconoce y aplica la RSE desde una perspectiva económica, social y ambiental.

Este resultado reafirma que la falta de comprensión del concepto hace que sus interpretaciones sean tergiversadas, de acuerdo con lo que escuchan u observan de sus competidores y socios, causando serias limitaciones a la aplicación de la RSE en las empresas de este sector, tal como lo asevera el gerente del hotel #7 en la entrevista aplicada:

> Se realizan talleres y capacitaciones, este mes se realizó un taller de familiaridad, de conocer al compañero, donde se evidencio el amor, la paz, la tranquilidad el ser sociable y el importarnos nuestros compañeros es muy importante en la empresa (Entrevista gerente hotel #7, 2017)

Se observa, que las practicas que realizan los hoteles y que consideran como parte de la RSE, son independientes y desalineadas, tienen poca relación con su objeto social y no están fundamentadas en bases teóricas o guías de implementación planteadas por entidades como ISO, ETHOS, ONU (Libro verde), entre otras. Por ejemplo, las prácticas realizadas en el hotel #1, el cual se enfocan en un sistema de implementación para incentivar a los clientes en el cuidado del medio ambiente, afirmando que:

> Una de las practicas importantes acá para nosotros es que tenemos un

> sistema de información con los clientes, de que se trata que si ellos consideran que las sabanas están limpias ya que son solo es de una o dos noches, ellos definen si se lavan las sabanas o no es necesario, se trata de que el huésped también se concientice de la RSE y que se debe hacer un uso más racional de ese tipo de servicio (Entrevista gerente hotel #1, 2017)

En la tercera pregunta, se indagó acerca de las proyecciones económicas, sociales y ambientales de los grandes hoteles con relación con la RSE, y el resultado es bastante desalentador, pues el 75% de los hoteles entrevistados, no tienen proyecciones de tener un mayor acercamiento conceptual con la RSE, ni de constituirla como eje estratégico en los procesos internos y externos de la empresa, mucho menos de invertir en acciones que permitan darle un enfoque más estructurado a la RSE en sus organizaciones.

La mayoría de hoteles afirman tener proyecciones de RSE, todas relacionados con temas medioambientales, centrando nuevamente el concepto en este factor, y limitando las atribuciones económicas y sociales que trae consigo la efectiva implementación de la RSE en las empresas.

### 9.2.2. Contraste con Aspectos teoricos

Finalmente se procede a resolver el tercer objetivo planteado en la investigación, el cual busca contrastar la opinión sobre responsabilidad social empresarial que tienen los gerentes de los hoteles de la ciudad de Pereira con la teoría actual sobre el tema.

Para el desarrollo de este objetivo, inicialmente es necesario describir la opinión de los gerentes de las empresas entrevistadas acerca de la RSE, dicha opinión se encuentra descrita y analizada en la elaboración del objetivo 1. A continuación, se procede a resaltar los aspectos más relevantes de este análisis:

La opinión de los gerentes de los grandes hoteles de la ciudad de Pereira, frente a la RSE, se basa en la ejecución de una serie de actividades que mitiguen el efecto ambiental de sus operaciones diarias, algunos asocian la RSE a la obtención de certificaciones internacionales y nacionales con el fin de obtener posicionamiento comercial. Otros simplemente realizan acciones sociales, que aportan beneficios a la comunidad.

Posteriormente, es importante resaltar los enfoques sugeridos por la teoría actual de la RSE, para contrastarlos con las opiniones halladas en las entrevistas. En la siguiente gráfica se observan las teorías más actuales del concepto:

| **Teorías actuales de la RSE** |
| --- |
| La integración de las políticas de responsabilidad social en todos los procesos de la firma. (Alvarado, Bigné, & Currás, 2011) |
| El conjunto de condiciones de la vida social que hacen posible a las asociaciones y a cada uno de los miembros el logro más pleno y más fácil de la propia perfección. |
| Modelo integral de gestión empresarial orientado hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas de los distintos grupos de interés de la empresa, y al cuidado y preservación del entorno. (Galán, 2008). |
| Una forma de gestionar la empresa, integrada en la estrategia, misión y valores, que compatibiliza la visión tradicional, orientada a la rentabilidad del negocio, con la realización de actuaciones sociales y medioambientales, propias de la visión de desarrollo sostenible<br>. (Vintro & Comajuncosa, 2011, p. 4) |

| |
|---|
| la RSE se considera como una estrategia corporativa que debe alinearse dentro de la filosofía institucional con el fin de que sea efectiva y contribuya de manera positiva al aumento de los beneficios institucionales, según Villa, Hoyos & Perdomo (2011) se propone como un elemento que otorga ventaja competitiva y posicionamiento en el mercado a partir de su implementación, es decir, encaminar los esfuerzos a ir más allá del cumplimiento de las leyes, normas, o a presiones sociales. |

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla anterior, se identifica que las teorías actuales se enfocan en la realización de las estrategias corporativas bajo el marco de la RSE, las cuales permiten integrar los procesos y ejecutarlos de forma alineada, permitiendo alcanzar ventajas competitivas y posicionamiento en el mercado a por medio de su implementación, es decir, direccionando los esfuerzos a ejecutar actividades más allá de las exigidas por la normatividad y la comunidad.

Entonces, es posible afirmar que la teoría actual de la RSE, no se está teniendo en cuenta en los grandes hoteles de la ciudad de Pereira, pues no se realizan planes estratégicos que promuevan la implementación del concepto por medio de guías estructuradas, ni tampoco se observa una integración de los procesos con el fin de elaborarlos de forma alineada.

## 10. Conclusiones

Después de realizar un acercamiento teórico – conceptual y contrastarlo con el trabajo de campo, es posible concluir que los gerentes de los grandes hoteles de la ciudad de Pereira no reconocen la RSE dentro de sus estrategias corporativas, y aunque realicen acciones o prácticas relacionadas, no existe un aplicación racional y organizada del concepto, ya que los gerentes no conocen a cabalidad el concepto de RSE.

También es posible afirmar que las grandes empresas de este sector han centrado sus pocas prácticas de responsabilidad social en el tema medioambiental, inhibiendo casi que totalmente los factores económico y social, los cuales son de gran importancia en la aplicación de la RSE, pues esta no solo se centra en el cuidado del medio ambiente, también es relevante adquirir responsabilidades con la comunidad, empleados, proveedores, y todos los afectados directos por sus impactos, garantizando un crecimiento económico sostenible.

Entonces, desde una perspectiva general, las empresas están realizando prácticas de responsabilidad social, la mayoría de forma inconsciente, como la reducción del consumo de agua, energía, el reciclaje, salarios acordes, labor social, capacitaciones, entre otras. Sin utilizar estrategias totalmente elaboradas y estructuradas bajo el marco de la RSE, puesto que la teoría propone la implementación de estrategias en todas las áreas de la empresa que integren los procesos de forma alineada.

También, se concluye que la investigación sobre RSE ha presentado cambios constantes a lo largo de su estudio investigativo, tanto en la perspectiva teórica como práctica. Por ello, se destacan varias teorías a lo largo de la historia como referentes en esta investigación. Entre estas se detalla la teoría de la responsabilidad social corporativa, la

teoría institucional, la visión estratégica de la firma, el bien común, entre otras. Estas teorías no están siendo aplicadas, reflejándose una ausencia de conocimiento teórico y conceptual por la gerencia de estas empresas.

Otra conclusión de la investigación consiste en que todas las empresas del sector, cumplen con la normatividad ambiental exigidas por la ley, las cuales se involucran en sus procesos y servicios, además desarrollan prácticas ambientales que favorecen y motivan en cuidado del medio ambiente tanto en los colaboradores de la empresa como en la sociedad.

Finalmente se concluye que los grandes hoteles de la ciudad no están realizando proyecciones para la implementación de la RSE como pilar en sus procesos, ni a corto, mediano y largo plazo, simplemente existen planes para la ejecución de acciones desalineadas según la comprensión propia acerca de la RSE.

## 11. Recomendaciones

Inicialmente se recomienda a la alta gerencia de los grandes hoteles de la ciudad de Pereira, realizar actividades académicas y prácticas que permitan tener un acercamiento más teórico y conceptual de la RSE, con el fin de que se puedan adaptar a lo que sugieren las entidades y asociaciones encargadas de implementar, certificar y controlar estos procesos en las organizaciones, tales como ISO, Ethos Institute, La ONU con el pacto global, entre otras.

También es importante que la RSE no solo se interprete como prácticas medioambientales, pues los factores económicos y sociales hacen parte de un contexto estratégico en el cual está fundamentada la teoría y la praxis del concepto.

Finalmente se recomienda a los grandes hoteles de la ciudad de Pereira alinear sus acciones bajo el marco de la RSE, pues la importancia de su implementación, es cada vez

más amplia y trae más beneficios tanto para la comunidad y el medio ambiente como para las empresas, no solamente en términos de rendimientos económicos, sino también de posicionamiento e imagen.

## 12. Bibliografía


Alvarado Herrera, A., Bigné Alcañiz, E., & Currás Peréz, R. (2011). Perspectivas Teoricas Usadas para el Estudio de la Responsabilidad Social Empresarial: Una Clasificacion con Base a la Racionalidad. Estudios Gerenciales, 27(118), 115 - 137.

Arias, A. (2009). Responsabilidad organizacional ambiental: Nuevos glíglicos para la administración. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Bedoya, C. A. (2015). Aproximación a la Responsabilidad Social Empresarial Hotelera en Colombia: reflexiones a partir de la perspectiva cualitativa. Bogotá.

Bedoya, W. (2013). Contrastar la relación que existe entre las prácticas y programas de responsabilidad social de las empresas que forman parte del pacto mundial en Pereira. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica de Pereira

Bowen, H. (1953). Social responsibilities of the businesman. Estados Unidos. University of Iowa.

Castro, R. (2013). Indagación sobre el origen del concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Colombia: Universidad Icesi

Chávez, A. (2013). Un acercamiento a la responsabilidad social de la empresa: deber moral, convicción, directivos y pyme. Buenos aires: VIII Congreso Iberoamericano de Derecho Societario y de la Empresa.

Crespo, F. (2010). Entre el concepto y la práctica: Responsabilidad Social Empresarial. Estudios Gerenciales, vol. 26, núm. 117, octubre-diciembre, pp.119-130 Cali, Universidad Icesi.

Curto Grau, Marta. (2012). Filantropía: ¿un acto de responsabilidad social? Revista Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo Nº 15. Julio de 2012. Disponible en: http://www.iese.edu/es/multimedia/Cuaderno%2015_tcm5-83109_tcm42-62548.pdf

DANE. (2014).

Drucker, P. (1978). La gerencia: tareas, responsabilidades y prácticas. Buenos Aires: Editorial el Ateneo.

El Espectador. (2016 йил 20-Diciembre). El Espectador. Retrieved 2017 йил 2-Abril from http://www.elespectador.com/publicaciones/buen-viaje/asi-se-comporto-el-sector-hotelero-colombia-durante-201-articulo-671336

El Espectador. (2016 йил 20-Diciembre). El Espectador. Retrieved 2017 йил 2-Abril Disponible en: http://www.elespectador.com/publicaciones/buen-viaje/asi-se-comporto-el-sector-hotelero-colombia-durante-201-articulo-671336

Franco, E. Beltrán, J & Palacio, L. (2016). Prácticas de responsabilidad social y empresarial aplicadas a la empresa cantera de Combia s.a. de Pereira. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica de Pereira.

Franco Osorio, B., Betancur Rendón, C. A., & Posada, D. M. (2014). La responsabilidad social empresarial: una mirada desde el cooperativismo. Lupa Empresarial.

Friedman, M. 1966. Capitalismo y libertad. Ediciones Rialp. Madrid. Gallopin, G. (Mayo de 2003). Cepal. Obtenido de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5763/1/S033120_es.pdf

Galán, J.I. (2008). Responsabilidad social corporativa, cambio institucional y gobierno: introducción y panorámica. Revista Europea de dirección y economía de la empresa, 17.7.

Gobernación de Risaralda, (2008) Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad, Dirección de Desarrollo Turístico, , Paisaje Cultural Cafetero. Disponible en http://www.risaraldaturistica.com.co/turistico-paisajecultural-cafetero-paisaje-cultural-cafetero-risaralda-137.html Consultado el 5 de octubre del 2017.

Gonzalez, M. L. (2009). ACRIP. Obtenido de http://www.acrip.org/entrevistas/pacto_global/Pacto_global.pdf

Hurtado, O. Esteban; Gómez, C, L.M; Salazar, S.S (2013), turismo, una alternativa de desarrollo para el municipio de santuario en Risaralda. (Tesis de pregrado) Universidad Católica de Pereira. Pereira**.**

López Castaño, Samuel; Cruz Suárez, Lina Marcela (2013). "Prácticas de responsabilidad ambiental en hotelesno categorizados de Risaralda". En: Gestión y Región Nº. 16 (Julio-Diciembre 129 149 2013); pp. - .

Maya, D. C. (2012). uptc.edu. From http://virtual.uptc.edu.co/memorias/index.php/simposio/simposio/paper/viewFile/374/372

Meza, E. Alegría. (2007). La Responsabilidad Social Empresarial como factor de competitividad. (Tesis de pregrado). Pontificia universidad javeriana. Bogotá. Disponible en: http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis27.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016 йил 16-Agosto). Presidencia.gov.co. Retrieved 2017 йил 04-Abril from

http://es.presidencia.gov.co/noticia/160816-Gobierno-lanza-en-el-Eje-Cafetero-Primer-Corredor-Turistico-Nacional

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016 йил 16-Agosto). Presidencia.gov.co. Retrieved 2017 йил 04-Abril from http://es.presidencia.gov.co/noticia/160816-Gobierno-lanza-en-el-Eje-Cafetero-Primer-Corredor-Turistico-Nacional

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. "Competitividad: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial". Visto en septiembre 4 del 2015. PDF. p. 2

Monroy, L. 1996. La formación del administrador para el siglo XXI. Revista Cuadernos de Administración, Universidad del Valle, 23, 83 -103.

Ochoa, D. C. (2013 йил Sepiembre). Upc.edu. From https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/19667/Carb%C3%B3%20Ochoa,%20David.pdf

OMT (Organización Mundial del Turismo) (1998). Los Hoteles y el Turismo Sostenible. Madrid: Autor.

OMT (Organización Mundial del Turismo) (2013). Boletín de prensa Mayo de 2013. Madrid: OMT. Disponible en http://media.unwto.org/es/press-release/2013-05- 15/los-ingresos-por-turismo-internacional-crecieron-un-4-en-2012

Paladino, M. (2004). La responsabilidad de la empresa en la sociedad: Construyendo la sociedad desde la tarea directiva. Buenos Aires: Ariel.

Portafolio, R. (2013,14-Julio). Portafolio. Retrieved 2017 йил 1-Abril from http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/responsabilidad-social-sector-hotelero-colombiano-83850

Portafolio, R. (2013 йил 14-Julio). Portafolio. Retrieved 2017 йил 1-Abril from http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/responsabilidad-social-sector-hotelero-colombiano-83850

Progama de Transformación Productiva. (2017). Estadísticas de turismo. Recuperado de https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=768&conID=600

PTP, (2014). Buenas prácticas en turismo de naturaleza. Alojamientos. Ministerio de Comercio, Industria y turismo. Colombia. Bogotá.

Rachel Dodds & Marion Joppe. (2005). CSR in the Tourism Industry.

Raufflet, E., Lozano, J., Barrera, E., y García de la Torre, E., (2012). Responsabilidad Social Empresarial. México D.F: Pearson Educación.

Rojas, W. 2003. Modernidad & inhumanidad: lo inhumano en la organización y en el trabajo. Editado por Facultad de Ciencias de la Administración, Universidad del Valle. Cali.

Román, C. (2008). Responsabilidad Social y Balance Social en las organizaciones colombianas. Medellín: Fundación Universitaria Luís Amigo.

Rodríguez, R.J. (2013). Gestión de los atractivos turísticos del paisaje cultural cafetero (Risaralda). (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Pereira. Pereira.

Secretariado de la Red de Autoridades Ambientales. (2007). datosdelanzarote.com. From http://www.datosdelanzarote.com/uploads/doc/2007090213283212turismo.pdf

SENADO DE LA REPUBLICA. (2010). www.bdlaw.com. Obtenido de proyecto de Ley 070 2010: http://www.bdlaw.com/assets/htmldocuments/Colombia%20-%20Proyecto%20ley%20070%20de%202010.pdf

SOCIALMENTE RESPONSABLE. (2012). socialmente responsable. Obtenido de http://www.socialmenteresponsable.com/normativa/aa1000/

Susan McPherson. (2014 йил 31-Diciembre). Eight CSR Trends to Watch Out For in 2015. Retrieved 2017 йил 28-Marzo from www.forbes.com: https://www.forbes.com/sites/susanmcpherson/2014/12/31/five-csr-trends-to-watch-out-for-in-2015/#892ed9359e04

Valenzuela, L. (2005). Perspectivas de la Responsabilidad Social Empresarial. Gráficas JES. Manizales

Vargas Sanches, A., Vaca Acosta, R. M., & Garcia de Soto Camacho, E. (2005). uhu.es. From http://www.uhu.es/alfonso_vargas/archivos/UEMA%202005.pdf

Vega, M. (2017). Oportunidad de Oro para el turismo en Risaralda. Periódico El Diario. Recuperado de http://eldiario.com.co/seccion/OPINION/oportunidad-de-oro-para-el-turismo-en-risaralda1701.html?utm_source=PageGear-Mailer&utm_medium=Email-Marketing&utm_campaign=Click+Empresarial+280&

Vergara, María Paula. Vicaría, Laura. (2009) “Ser o aparentar la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia: Análisis organizacional basado en los lineamientos de la

Responsabilidad Social Empresarial" Bogotá. Disponible en:

http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis250.pdf

WTTC (World Travel and Tourism Council) (1993). Travel and Tourism: A New Economic Perspective. Bruselas: WTTC.

## Anexos

### Anexo 1. Aplicación de Instrumento 1 – Entrevista

**Tabla 5. Entrevista Hotel 1.**

| N° | Hotel | Pregunta 1 |
|---|---|---|
| 1 | HOTEL 1 | La RSE es un tema que se esta viendo y manejando mucho en este momento la empresa lo esta implementando enfocado en la parte ambiental, la empresa diseño un sistema de recolección de aguas lluvias y que se utiliza para baños y lavamanos, así reutilizar esta agua, también utilizamos productos biodegradables esta es otra forma de contribuir con el medio ambiente y ser responsables con el sabiendo que no estamos haciendo daño a la sociedad, para nosotros también es fundamental el clima organizacional que se vive en el hotel y que todos se sientan cómodos. |
| | | **Pregunta 2** |
| | | Una de las practicas importantes acá para nosotros es que tenemos un sistema de información con los clientes, de que se trata que si ellos consideran que las sabanas están limpias ya que son solo es de una o dos noches, ellos definen si se lavan las sabanas o no es necesario, se trata de que el huésped también se concientice de la rsa y que se debe hacer un uso mas racional de ese tipo de servicio. |
| | | **Pregunta 3.** |
| | | capacitaciones |

**Tabla 6. Entrevista Hotel 2**

| N° | Hotel | Pregunta 1 |
|---|---|---|
| 2 | HOTEL 2 | El hotel esta comprometido con muchas cosas, pero no tengo un conocimiento claro sobre este, quiere decir que estamos haciendo para ayudar con la comunidad? El hotel si lo esta haciendo pero no lo esta haciendo de una manera muy profunda lo que se ha tratado de hacer es que gran parte de las personas que trabajan en el hotel es de la zona y en algún tiempo la gerencia a tratado de capacitar a las personas para ayudar en camarería, restaurante, incluso algunas zonas de mantenimiento. |
| | | **Pregunta 2** |
| | | En este momento tratamos de hacer muchas cosas para el proceso de sostenibilidad, todo lo que tiene que ver con reciclaje, productos biodegradables, con los productos biosanitarios , se tiene con atesa, así no mesclar con la basura normal que se genera, También lo que tiene que ver con el reciclaje que tenemos convenio con otra empresa que nos ayuda con eso (reservado empresa) Tenemos zonas especiales para los animales ya que somos un eco-hotel, aquí en la zona podemos observar durante el año diferentes especies de aves silvestres las cuales tenemos lugares especiales para que ellos hagan su escala y se queden aquí de una forma tranquila y que les ayude a seguir su vuelo, de esta forma también los huéspedes podrán observar de ese bonito paisaje, en este momento tenemos contadas cuantas aves visitan nuestro hotel y el numero de platas que tenemos sembradas. |
| | | **Pregunta 3.** |
| | | Realmente queremos hacer muchas cosas una de ellas y las principales tienen que ver con el medio ambiente en el que vivimos, ya que el hotel se encuentra en una zona privilegiada y contamos con muchos espacios naturales como lo son senderos ecológicos, cultivos pues tenemos muchas plantas y huerta sembrada por lo que nos interesa mucho la protección de estos. Hasta el momento solo la conservación del medio ambiente y la parte ecológica por esta razón es que somos llamdos ecohotel |

**Tabla 7. Entrevista Hotel 3**

| N° | Hotel | Pregunta 1 |
|---|---|---|
| 3 | HOTEL 3 | Para mí todo esto es nuevo, llevo 14 meses con el manejo del hotel y apenas estamos aprendiendo el funcionamiento; con respecto a lo de responsabilidad social empresarial, hemos tenido dos practicantes del Sena, no hemos podido apoyar más porque de los 14 meses que lleva en funcionamiento el hotel, la mayoría de los gastos me ha tocado asumirlos de mi bolsillo, por esa razón no he podido recibir más practicantes, además por la situación del hotel y que estamos empezando, las jornadas de los trabajadores son a veces hasta de 10 horas y en el Sena solo les permiten hacer 8 horas y solo en el día. Para cubrir las demás horas tocaría contratar más personal y la situación económica no lo permite |
| | | **Pregunta 2** |
| | | Con respecto al medio ambiente, separamos todas las basuras, tenemos los basureros para papel, plástico y otros residuos. Todo lo que sea reciclable lo apartamos para que la unidad protectora de animales lo recoja. Todos los electrodomésticos de las habitaciones permanecen desconectados mientras las habitaciones no estén en uso. |
| | | **Pregunta 3.** |
| | | Con la unidad protectora de animales estamos organizando una capacitación para que los trabajadores del hotel aprendan a seleccionar mejor los residuos reciclables. |

**Tabla 8. Entrevista Hotel 4**

| N° | Hotel | Pregunta 1 |
|---|---|---|
| 4 | HOTEL 4 | La responsabilidad social empresarial la tratamos de aplicar en la implementación de los sistemas de gestión que tenemos como el de calidad, sostenibilidad y seguridad y salud en el trabajo. Cada uno de estos sistemas nos pide como aportamos nosotros a la sociedad; por ejemplo el sistema de gestión de sostenibilidad nos pide que debemos mostrar unos soportes de cómo estamos apoyando la comunidad aledaña, si participamos o no en alguna actividad; para cumplir con esto, gran parte de los colaboradores del hotel hacen parte de esa comunidad, y tenemos una línea gastronómica que se basa en la cultura local y nuestros proveedores de esos alimentos son los mismos cultivadores locales; con esto buscamos impulsar la economía de la región. |
| | | **Pregunta 2** |
| | | Por ejemplo cuando hubo esa tragedia en Manizales, el hotel se encargó de recoger con sus colaboradores, clientes y aliados, alimentos no perecederos para luego trasladarlos hasta esa ciudad. Apoyamos los artesanos locales; cuando un cliente visita nuestras instalaciones les damos de recuerdo artesanías fabricadas por ellos. |
| | | **Pregunta 3.** |
| | | Siempre hemos querido crear una alianza con una fundación de la región, estuvimos trabajando con una a la cual le brindábamos apoyo económico y con nuestras instalaciones pero se dejó de hacer, aunque sigue siendo una proyección del hotel.<br>Con respecto al medio ambiente, el hotel está certificado en la norma técnica de sostenibilidad y debemos cumplir con unos parámetros ambientales muy estrictos, sin esta norma no nos renuevan el registro nacional de turismo. |

**Tabla 9. Entrevista Hotel 5**

| N° | Hotel | Pregunta 1 |
|---|---|---|
| 5 | HOTEL 5 | Para el Hotel es un compromiso continuo que sus servicios cumplan con los más altos estándares de calidad. Contamos con un equipo de trabajo que brinda atención personalizada con prácticas que disminuyen el deterioro ambiental.<br>También es nuestro compromiso operar bajo las disposiciones legales cumpliendo con la normatividad vigente aplicable a nuestra actividad, brindando protección a los niños, niñas y adolescentes en todas las formas de explotación; estamos en contra de todo tipo de discriminación y prevenimos el tráfico ilícito de flora, fauna y bienes culturales. |
| | | **Pregunta 2** |
| | | Damos apoyo a la comunidad, trabajamos en condiciones amigables y sostenibles económicas, sociocultural y ambientalmente.<br>Concientizamos permanentemente a colaboradores, proveedores y huéspedes sobre sus derechos y deberes frente a nuestro compromiso con la sostenibilidad |
| | | **Pregunta 3.** |
| | | Queremos compartir orgullosamente con toda nuestra distinguida clientela que hemos obtenido nuestras certificaciones NTS TS002 y sello ambiental Colombiano. Esto se logró gracias a un esfuerzo muy grande y a un trabajo en equipo de todo el personal del hotel pinares plaza de Pereira<br>Todo esto es para ponerlo al servicio de ustedes, porque siempre estamos en la búsqueda continua de mejorar, para que nuestro servicio siempre sea el mejor. |

**Tabla 10.Entrevista Hotel 6**

| N° | Hotel | Pregunta 1 |
|---|---|---|
| 6 | HOTEL 6 | En el Hotel, estamos comprometidos con la conservación del medio ambiente |
| | | **Pregunta 2** |
| | | Separamos los residuos, implementamos acciones de ahorro y uso eficiente de la energía además del agua. Realizamos un adecuado manejo de productos químicos e insumos |
| | | **Pregunta 3.** |
| | | Buscamos proveedores y clientes que nos ayuden con el cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad ambiental, por lo cual, lo invitamos a utilizar sus toallas y sabanas más de una vez además hacer uso adecuado de los recursos. |

**Tabla 11. Entrevista Hotel 7**

| N° | Hotel | Pregunta 1 |
|---|---|---|
| 7 | HOTEL 7 | Eso tiene que ver con las buenas practicas que se llevan en el hotel para beneficio del medio ambiente, y benéfico de la región en cuanto a la economía |
| | | **Pregunta 2** |
| | | Proveedores de la región, campesinos y beneficiar a este gremio económico y que todos nuestros productos o en su mayoría tengan el sello verde, en este momento estamos realizando un espacio donde se puedan ubicar diferentes microempresas de la región, que sean cafeteras y asi ayudar a la economía de la región<br>En cuanto a los trabajadores, incentivos si se cumplen metas, turnos de 8 horas no hay sobre carga de trabajo, y pagos justos a tiempo, el administrador siempre esta presto a escuchar a los trabajadores si se sienten inconformes con algo para siempre mejorar esas falencias que se tienen. |
| | | **Pregunta 3.** |
| | | En este momento estamos proyectando algo social |

**Tabla 12. Entrevista Hotel 8**

| N° | Hotel | Pregunta 1 |
|---|---|---|
| 8 | HOTEL 8 | No se qué es la responsabilidad social empresarial |
| | | **Pregunta 2** |
| | | • No se permite fumar<br>• Reciclaje de plástico, vidrio, papel<br>• Ahorro de agua, baños, energía, solo se prende la luz de noche de día esta desactivada, ya que el hotel está muy iluminada<br>• Beneficios a los trabajadores: Avanzando en la empresa, salarios justos y puntuales, vuestro es muy familiar, acogedora, es el lema de la empresa, no se permite hablar más de las otras personas, ni motivar la competencia entre los trabajadores,<br>• Se realizan talleres y capacitaciones, este mes se realizó un taller de familiaridad, de conocer al compañero, donde se evidencio el amor, la paz, la tranquilidad el ser sociable y el importarnos nuestros compañeros es muy importante en la empresa, se proyecta uno mensual, ya sea capacitación o talleres de conocimiento, del servicio al cliente, como montar una mesa, aunque muchos lo saben es importante todo el tiempo recordarlo y estar actualizados, también talleres como manipulación de alimentos, y acompañamiento en los problemas externos que tengan los trabajadores con sus familias ya que sabemos que si están mal se verá reflejado en sus labores. |
| | | **Pregunta 3.** |
| | | Se proyecta uno mensual, ya sea capacitación o talleres de conocimiento, del servicio al cliente, como montar una mesa, aunque muchos lo saben es importante todo el tiempo recordarlo y estar actualizados, también talleres como manipulación de alimentos, y acompañamiento en los problemas externos que tengan los trabajadores con sus familias ya que sabemos que si están mal se verá reflejado en sus labores. |

**Tabla 13. Entrevista Hotel 9 y 10**

| N° | Hotel | Pregunta 1 |
|---|---|---|
| 9 y 10 | HOTEL 9 y 10 | No sabe. Y nunca la alta gerencia a hablado de esto. Entiendo que es algo que tiene que ver con lo económico, social y ambiental |
| | | **Pregunta 2** |
| | | • Rotación de personal, suben de cargo.<br>• certificación de sostenibilidad turística la cual nos exige tener aspectos ambientales , en cuanto al uso de productos químicos que sean biodegradables y amigables con el medio ambiente, ahorro de energía y agua , reciclaje.<br>• Promoción de destinos turísticos y ayudando las microempresas de la región que se dedican a este tema cultural<br>• Evitando la trata y explotación de menores, no a la discriminación de razas ni etnias. |
| | | **Pregunta 3.** |
| | | No tenemos proyecciones |

**Tabla 14. Entrevista Hotel 11**

| N° | Hotel | Pregunta 1 |
|---|---|---|
| 11 | HOTEL 11 | No la verdad no sabria que decirles sobre este tema, de pronto ustedes me podrian eplicar de que se trata. |
| | | **Pregunta 2**<br><br>Nos preocupamos mucho por la protección de la seguridad y salud de nuestros trabajadores, que haya un buen en equipo de trabajo con un personal competente y comprometido con la calidad.<br>Siempre intentamos sensibilizar y concientizar a nuestros colaboradores de dar lo mejor en cada servició.<br>Se prohíbe ingresar a menores de edad sin documentación |

| | | |
|---|---|---|
| | | debido a la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes. |
| | | **Pregunta 3.** |
| | | No, la verdad es que como ya esta finalizando el año por ahora no tenemos ninguna proyección. |

**Tabla 15. Entrevista Hotel 12**

| N° | Hotel | Pregunta 1 |
|---|---|---|
| 12 | HOTEL 12 | Sobre la responsabilidad social, pues tengo entendido que es algo con la gente, como hacer donaciones. |
| | | **Pregunta 2** |
| | | • Nosotros siempre tratamos de cumplir con las necesidades de los clientes, estamos comprometidos con la preservación del medio ambiente, nos gusta reciclar, y como pueden observar nos encanta promocionar nuestro patrimonio regional, por lo que contamos con muchas plantas, especialmente de café para que los visitantes del exterior conozcan estas.<br>• Para los productos químicos tratamos de comprarlos que sean amigables con el medio ambiente.<br>• Hay una política en el hotel de ahorro de agua. |
| | | **Pregunta 3.** |
| | | No señorita. |