

Responsabilidad Social Empresarial y Objetivos de Desarrollo Sostenible en el sector turismo de Manizales, Caldas.¹

Resumen.

La Responsabilidad social empresarial y los ODS expresan las directrices que permiten a las organizaciones dar cuenta del buen vivir y la reputación frente a la sociedad. Objetivo. Identificar en las pequeñas empresas las directrices de responsabilidad social empresarial en el marco de los ODS. Metodología. Mediante esta investigación, se realiza una exploración en 4 casos sobre la responsabilidad social empresarial y su relación con los objetivos de desarrollo sostenible -ODS-, adoptados el 25 de septiembre de 2015, por líderes mundiales en la ONU (Organización de las Naciones Unidas). La consulta se realiza en establecimientos comerciales del sector turístico en la ciudad de Manizales, Caldas, Colombia, a través de una encuesta aplicada, como instrumento para la recolección de la información y se indaga, sobre los diecisiete Objetivos, En consecuencia, se establece una aplicación empírica de dichos objetivos a los cuatro (4) casos de establecimientos comerciales del sector turístico en Manizales, dando como resultado la necesidad de implementar a nivel general, mecanismos de capacitación e instrumentos de aplicación y evaluación de indicadores de responsabilidad social. Hallazgos. Las pequeñas empresas reconocen la importancia de la RSE, pero tienen debilidades en la implementación. En este caso no destinan recursos para este fin y no existe un área determinada, su participación en el mercado no lo exige.

Palabras Clave:

Responsabilidad Social M14, Objetivos de Desarrollo Sostenible Q56, Empresas de Turismo M21, Crecimiento Económico O40, Innovación D24, Producción D24, Consumo D00.

¹ Jeovany Castrillón Fernández. Estudiante Maestría en Gerencia del Talento Humano de la Universidad de Manizales, Caldas. Economista de la Universidad de Manizales. Especialista en Auditoría Financiera Universidad Iberoamericana de Bogotá, Colombia. jcastrillon38@gmail.com. ORCID.

Abstract:

Corporate Social Responsibility and the SDGs express the guidelines that allow organizations to account for good living and reputation before society. Aim. Identify in small companies the guidelines of corporate social responsibility within the framework of the SDGs. Methodology. Through this research, an exploration is carried out in 4 cases of the perceptions of corporate social responsibility and its relationship with the sustainable development goals -ODS-, adopted on September 25, 2015, by world leaders at the UN (Organization of United Nations). The consultation is carried out in commercial establishments of the tourism sector in the city of Manizales, Caldas, Colombia, through an applied survey, as an instrument for the collection of information and inquires about the seventeen Objectives. Consequently, a empirical application of said objectives to the four (4) cases of commercial establishments in the tourism sector in Manizales, resulting in the need to implement at a general level, training mechanisms and instruments for the application and evaluation of social responsibility indicators. Findings. Small companies recognize the importance of CSR, but have weaknesses in implementation. In this case, they do not allocate resources for this purpose and there is no specific area, their participation in the market does not require it.

Keywords:

Social Responsibility M14, Sustainable Development Goals Q56, Tourism Companies M21, Economic Growth O40, Innovation D24, Production D24, Consumption D00.

1. Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial RSE es una nueva forma de dar sentido a la dirección de las empresas, en ellas se tiene en cuenta el impacto que generan sus actividades en sus trabajadores y grupos de interés, así como en el ámbito social, económico y medio ambiental, incidiendo positivamente en su reputación basada fundamentalmente en el cumplimiento voluntario de compromisos éticos con las personas y con el planeta.

Las microempresas, al igual que las medianas y grandes empresas, se están viendo avocadas a implementar de manera voluntaria la RSE si quieren sobrevivir y permanecer en el mercado, sin embargo, algunas de ellas no cuentan con la capacidad económica y organizativa para su implementación.

El sector turístico, moviliza clientes consumidores, nacionales y extranjeros exigentes en cuanto al cumplimiento de la RSE y al cuidado del medio ambiente, es uno de los sectores llamados a implementar la normatividad, de ahí el interés por conocer ¿Qué materias fundamentales y asuntos de Responsabilidad Social Empresarial en el marco de los ODS implementan las pequeñas empresas del sector turístico en la ciudad de Manizales?

Para responder esta pregunta se analizaron 4 microempresas del sector turístico de la ciudad de Manizales con el objetivo de identificar la implementación de la RSE en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS considerando el contexto interno y externo que favorece o dificulta su implementación.

2. Metodología

Este artículo presenta los resultados de una investigación, de acuerdo con el método Estudio de casos. Se seleccionaron Cuatro (4) establecimientos de servicios dedicados al sector turismo ubicados en Manizales, capital del departamento de Caldas. En ellos se identificó la implementación de la

Responsabilidad Social Empresarial RSE y su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS.

El tipo de estudio fue descriptivo-explicativo, la pregunta de investigación fue ¿Qué directrices de Responsabilidad Social Empresarial en el marco de los ODS implementan las pequeñas empresas del sector turístico en la ciudad de Manizales?, Partiendo del supuesto de que las microempresas del sector turístico también requieren adoptar la RSE y los ODS de forma voluntaria dado que tanto los clientes internos – empleados- como los externos – Grupos de interés - valoran y se benefician del cumplimiento de dichos lineamientos, convirtiéndose en un factor diferencial decisivo para la supervivencia y éxito de estas empresas.

La Unidad de Análisis es el nivel de implementación de la RSE en el marco de los ODS, en 4 microempresas del sector turístico de la ciudad de Manizales, Caldas, así como los factores externos que facilitan o dificultan su implementación. Se escogió un diseño de caso múltiple dado que “Los diseños múltiples, por otra parte, tienen la ventaja de que su evidencia es más convincente y el estudio resulta más robusto (Yacuzzi, 2005: 25)”.

Las 4 empresas del sector turístico analizadas fueron:

Empresa 1: empresa ubicada en Manizales, constituida en el año 1963 como una sociedad limitada. Empresa dedicada al transporte de turistas.

Empresa 2: ubicado en la vereda Gallinazo del municipio de Villamaría, constituido en el año 2005 y promocionado en su página web como un lugar en medio de las montañas, donde la vegetación y la naturaleza rodean este singular espacio, creado para disfrutar de las aguas termales y de la conexión con la naturaleza.

Empresa 3: Este hotel ubicado en el centro de la ciudad de Manizales, cerca del edificio de la Gobernación de Caldas, ofrece alojamiento en 20 habitaciones, cuenta con ascensor, aparcamiento y un mostrador de información turística,

servicio de traslado al aeropuerto, limpieza en seco y servicio de habitaciones en el alojamiento.

Empresa 4: ubicada en Manizales, está constituida como una Sociedad por Acciones Simplificada SAS en el año 2014. La actividad a la que se dedica es alojamiento en hoteles.

Los cargos de las personas que respondieron la entrevista estructurada fueron: Gerente, Administradora, Auxiliar administrativo y Coordinadora de eventos respectivamente.

La herramienta de recolección de la información primaria fue la entrevista estructurada a gerentes y administradores de las microempresas y la información de fuentes secundarias sobre RSE, ODS y el entorno de los negocios turísticos en la ciudad se obtuvo a partir de la revisión de guías técnicas y documentos oficiales. El trabajo de campo se implementó entre el 29 de mayo y el 7 de julio de 2022.

3. Resultados y Discusión

La sostenibilidad del sector turismo pasa por el reconocimiento de sus potenciales económicos, sociales y culturales, mediante el funcionamiento de las organizaciones articuladas al mismo. A continuación, se presentan los resultados del estudio de caso múltiple sobre la implementación de la RSE en el marco de los ODS en 4 microempresas del sector turístico de la ciudad de Manizales.

Tabla No. 1. Datos generales de las empresas

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Visión	SI	NO	NO	NO
Misión	SI	NO	NO	NO
Objetivos	NO	NO	NO	NO
Plan de Acción	NO	NO	NO	NO

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Número de empleados	15	21	14	11
Año de Constitución	1963	2005	2022	2014
Rango de Activos en millones de pesos	\$167.000.000 a \$1.661.000.000	\$167.000.000 a \$1.661.000.000	\$167.000.000 a \$1.661.000.000	\$1.662.000.000 a \$4.980.000.000
Procedencia del capital accionario	Nacional	Nacional	Nacional	Nacional
Nivel de Ventas en el año 2022 en millones de pesos	\$300.000.000	\$60.000.000	\$320.000.000	\$100.000.000

Fuente: Elaboración propia 2022

Podemos observar que las empresas no tienen implementado un plan estratégico, que permita tener una carta de navegación y establecer un plan de acción coherente con sus objetivos para que las empresas puedan sostenerse y crecer en el mercado. Solo la empresa 1 cuenta con visión y misión.

El capital accionario es de procedencia Nacional y de acuerdo al nivel de ingresos estas empresas se clasifican como microempresas, dado que sus ventas no superan los \$1.131.000.000 de pesos mcte para el año 2022, según el decreto 957 de 2019, el cual entró en vigencia en diciembre de 2019, expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. (*Ministerio de comercio, industria y turismo., 2023*)

Tabla No. 2. Datos de la Empresas

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Obtuvo apoyo financiero	NO	SI	SI	NO
Tipo de financiamiento	Familiar	Crédito de Fomento	Crédito de fomento	NO

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Insumo más importante para la empresa	Capital humano	Capital humano	Capital humano	Capital humano
La mejor posibilidad para crear la empresa	Ubicación	Ubicación	Ubicación	Ubicación
Ubicación en la cadena de valor	Servicio de transporte	Turismo de naturaleza	Alojamiento	Alojamiento

Fuente: Elaboración propia 2022

Podemos observar que dos empresas recibieron apoyo financiero, a través de créditos de fomento como el Fondo Emprender, para el inicio de su negocio, igualmente, para las cuatro empresas el capital humano se constituye como el insumo más importante, sus posibilidades de negocio se presentaron al elegir la ubicación estratégica para sus actividades, así mismo, dos de las empresas se encuentran en el eslabón de la cadena de valor del sector turístico en alojamiento.

Tabla No. 3. Sistemas de Información

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Tecnologías que usó	Teléfono fijo, celular y correo electrónico	Teléfono fijo, celular y correo electrónico	Teléfono fijo, celular, correo electrónico, fotocopiadoras, software especializados, sistema externo de información internet.	Fax, Teléfono público

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Tecnologías que usa	Teléfono fijo, celular y correo electrónico, intranet, internet	Teléfono fijo, celular y correo electrónico, intranet, internet	Teléfono fijo, celular, correo electrónico, fotocopiadoras, software especializados, sistema externo de información internet.	Teléfono fijo, celular, correo electrónico, fotocopiadoras, software especializados, sistema externo de información internet.
El servicio que presta se vende a que nivel	Nacional	Nacional	Nacional	Nacional
Medios de información que utiliza para vender	Teléfono y whatsapp	Teléfono y whatsapp	Teléfono, Internet, whatsapp, Redes sociales	Teléfono, Internet, whatsapp, Redes sociales
Actividad del Negocio que ha cambiado más en los últimos diez años	Un mejor ajuste a especificaciones de clientes en calidad, cantidad y tiempo	No responde	Un mejor ajuste a especificaciones de clientes en calidad, cantidad y tiempo	Aumento en la productividad

Fuente: Elaboración propia 2022

Las empresas han tenido un avance significativo en el uso de las tecnologías, en especial para sus operaciones básicas, haciendo inmersión en los nuevos medios de comunicación, de acuerdo con los casos seleccionados, usan las redes

sociales para llegar a sus clientes, a su vez, la calidad entendida como mejoras en los procesos y servicios se ha constituido para dos de ellas en un referente para avanzar.

Tabla No. 4. Capital Humano

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Número de empleados	16	21	14	11
Porcentaje % de mujeres empleadas	60	50	40	20
Porcentaje % de hombres empleados	40	50	60	80
Característica principal para elegir empleados	Condiciones de salud	Condiciones de salud	Condiciones de salud	Condiciones de salud
Ingreso promedio mensual	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000
Como reclutan el personal	Agencia de empleos	Hoja de vida	Hoja de vida	Agencia de empleos
Tipo de contratación	Indefinido	Fijo	Fijo	Indefinido
Edad promedio de los empleados	35 años	35 años	35 años	35 años
Antigüedad promedio de los empleados	35 años	38 años	4 meses	4,6 años
Perfil del empresario	Especialista	Profesional Arquitecta	Profesional administrador de	Profesional abogado

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
			empresas	
Área de mayor rotación	Supervisores	Todos los cargos	Técnicos	Todos los cargos
Nivel de estudios de los empleados	Bachiller	Bachiller	Bachiller	Bachiller
Brinda tiempo a los empleados para que estudien	SI	SI	SI	SI
Manejo de segunda lengua o idioma por parte del personal administrativo	NO	NO	NO	NO
Se brinda apoyo escolar a los hijos de los empleados	SI	SI	SI	SI
Qué porcentaje % de empleadas son cabeza de familia	20	30	25	60
Vinculan personal con capacitación determinada	NO	NO	NO	NO
Cuáles son los principales conocimientos o habilidades que requiere de sus empleados	Resolución de conflictos	Resolución de conflictos	Resolución de conflictos	Resolución de conflictos
Que entidades	ARL	ARL	ARL	ARL

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Utiliza para las capacitaciones externas				
Cuánto dinero invierte para capacitación	\$0	\$0	\$0	\$0
Quien define el contenido de la capacitación	Directivos	Directivos	Directivos	Directivos
Cuánto tiempo se necesita especialidad en el sector	1 año	1 año	3 meses	1 año
Años de experiencia de los empleados	1 año	1 año	10 años	1.6 años
La rotación de sus empleados es	Media	Baja	Media	Media
Cobertura en Aportes integrales salud, pensión y arl	SI	SI	SI	SI
Al interior de la empresa Realizan capacitaciones de salud ocupacional	SI	SI	SI	NO
Cuantos días en promedio se incapacitan los	2	1	2	3

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
empleados				
Condiciones de las oficinas	Buenas	Buenas	Buenas	Buenas
Los empleados tienen descansos regulares	SI	SI	SI	NO
Otras actividades para los empleados	Cumpleaños	Cumpleaños	Cumpleaños	NO

Fuente: Elaboración propia 2022

Se puede observar, que el porcentaje de mujeres empleadas en las 4 empresas en promedio es de 42,5 frente a un 57,5 de Hombres. Esta participación es significativa pero hoy se busca equidad de género por lo que se haría necesario mejorar dicha brecha en el sector, incluyendo las actividades de dirección, que también pueden realizar con desempeños muy significativos.

La principal característica para elegir empleados es la condición de salud, lo cual enlaza con el número de días promedio de incapacidades de los mismos, el cual representa en promedio en las empresas 2 dos días. Lo cual, permite inferir que dicha práctica ofrece resultados esperados desde el área de salud ocupacional.

En promedio, los empleados ganan \$1.000.000 de pesos mcte, es decir, Un salario mínimo legal vigente para el año 2023; para captar personal acuden en un 50% a agencias de viaje y el restante recibe hojas de vida, la edad promedio de los empleados es de 35 años, los tipos de contratos más utilizados son en un 50% indefinido y el otro 50% contrato a término fijo, gozan de todas las garantías laborales y están afiliados al sistema integral en salud, pensión y arl, constituyéndose estas empresas en un agente importante para generar empleo digno, decente; el cual influye en la mejora de sus condiciones de vida, mejoran

los indicadores macroeconómicos de la región.

De otro lado, resalta la antigüedad en la primera empresa con 35 años y en la empresa 3 solo 4 meses. El perfil de los empresarios corresponde principalmente a profesionales, para todos los cargos se presenta una rotación del 50%, supervisores 25% y técnicos 25 %. Lo cual implica una alerta para lo cual se deben establecer acciones que identifique dicha situación en busca de mejora.

De igual manera, el nivel de estudio de los empleados es de bachiller, a pesar que las empresas manifiestan que brindan tiempo para que estudien y se capaciten, tampoco manejan una segunda lengua, lo cual constituye una limitante relevante en el sector, clave para atender extranjeros. dado lo anterior, se presenta un oportunidad importante para ofrecer oferta académica en modalidad virtual, presencial o a la medida, mediante cursos cortos, ajustados a las necesidades de las empresas, en busca de mejorar la pertinencia, calidad y competencia de los colaboradores, en áreas clave como servicios al cliente, mercadeo y ventas, gastronomía, mesa y bar, hotelería y turismo.

Como una actividad ordinaria se evidencia que les celebran los cumpleaños a sus colaboradores, sin embargo se hace necesario establecer programas sólidos y pertinentes de Bienestar y salud que impacten a sus empleados, los cuales podrían incluir en algunas ocasiones a los familiares de los mismos, en busca de impacto en la comunidad y como una práctica de responsabilidad social aplicada en el ámbito del contexto.

Tabla No. 5. Cadenas y Redes

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Número de Proveedores	5	11	6	12
Alianzas con	SI	SI	NO	NO

proveedores				
Poseen contrato con proveedores	NO	NO	NO	NO
Gremio al que pertenece	Transporte Turístico	Cotelco	Ayenda hoteles	Cotelco
Han realizado cambios en los servicios que ofrecen	SI	NO	SI	NO
Intercambiaría información con otras empresas	SI	NO	SI	SI

Fuente: Elaboración propia 2022

Las empresas poseen más de 5 cinco proveedores, para llevar a cabo sus actividades cotidianas, el 50% mediante alianzas, pero ninguno, mediante un contrato escrito. Así mismo, pertenecen a los gremios de transporte y turismo, en conglomerados como Cotelco y Ayenda hoteles. El 50% de las empresas ha realizado cambios en su oferta de servicios; de otro lado, el 75% de ellas estaría dispuesta a intercambiar información relevante con otras empresas.

Tabla No. 6. Producción y competitividad.

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Producto principal de la empresa	Transporte terrestre de pasajeros	Alojamiento	Alojamiento	Alojamiento
Volumen de servicios en porcentaje % de los productos	100	30	85	60

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Participación en el mercado	Mejoro	Mejoro	Mejoro	Mejoro
Ventajas competitivas	Calidad	Calidad	Calidad	Calidad
Retos de competitividad	Falta de clientes	Falta de clientes	Falta de clientes	Falta de clientes
Respuesta ante los retos de competitividad	Reducir costos	Reducir costos	Reducir costos	Reducir costos
Competidor principal	Tax la feria	Hotel termales el otoño	Hotel las colonas	Hotel Carretero

Fuente: Elaboración propia 2022

La principal actividad de las cuatro 4 empresas es el alojamiento, excepto a una empresa de transporte, debido a que es su misión. El porcentaje de volumen de sus servicios principales es de 68,75%, la participación en el mercado mejoro en los últimos años después de la pandemia.

Igualmente, su principal ventaja competitiva, dada su actividad de servicios, es brindarlo con estándares de alta calidad. Sus retos de competitividad obedecen a la falta de clientes, para lo cual deben reducir costos, para ajustar sus flujos de caja en condiciones normales. De otro lado, entre sus principales competidores se encuentran empresas muy reconocidas en el mercado como son: Tax la feria, hoteles termales el otoño, las colinas y el carretero.

Tabla No. 7. Desarrollo empresarial y regional.

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Enfoque de gestión	Clientes	Clientes	Empleados	NO

Empresas/Indicador	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Fomenta las tics	SI	SI	SI	NO
Conoce políticas regionales para su sector	NO	NO	NO	NO
Políticas impulsadas en la región para el uso de las tics	NO	NO	NO	NO
Como cree usted que se puede fortalecer la relación universidad – empresa	Capacitación	Capacitación	Investigación	Investigación
Ha sido invitado a foros de política pública	SI	NO	SI	SI
Tiene conocimiento de los consejos regionales de competitividad	SI	SI	NO	NO
Implementa algún programa de Responsabilidad social empresarial	SI	SI	NO	NO
Que política pública le ha permitido dinamizar su desarrollo	Ley de primer empleo			

Fuente: Elaboración propia 2022

El 50% de las empresas encuestadas enfoca su gestión en los clientes, un 25% en los empleados y el otro 25% no lo realiza gestión. Así mismo, el 75% de las empresas fomentan el uso de las tic's, manifiestan también que no conocen políticas públicas regionales que impulse su sector, de otro lado, en lo referente a como se puede fortalecer la relación universidad empresa, consideran en un 50% las capacitaciones y el otro 50% a través de la investigación, el 75% de las empresas han sido invitadas a foros de política pública, igualmente, en un 50% conocen los foros regionales de competitividad, también implementan en un 50%

programas de responsabilidad social empresarial, mientras que para el 100% de las empresas la Ley de primer empleo les ha permitido desarrollar su sector efectivamente.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS y el Turismo Sostenible, futuro del sector.

En el año 2015 los gobiernos aprobaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible junto con los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS, en la cual se establece un marco de acción para acabar con la pobreza extrema, combatir la desigualdad y la injusticia y solucionar el cambio climático.

De acuerdo con las Naciones Unidas el turismo puede contribuir, directa o indirectamente, a todos los ODS, pero concretamente, se ha incluido en algunas de las metas de los objetivos 8, 12 y 15 relacionados respectivamente con el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenible. Dado que las empresas turísticas analizadas se encuentran en Manizales ciudad ubicada en las montañas andinas de Suramérica, el ODS 15 también es relevante para el sector. El turismo sostenible tiene una posición firme en la Agenda 2030, pero para cumplir esta agenda hace falta un marco de aplicación claro, una financiación adecuada e inversión en tecnología, infraestructuras y recursos humanos, aprovechar los beneficios del turismo se considera clave para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y llevar a la práctica la agenda de desarrollo posterior a 2015.

En el ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico, el turismo es una de las fuerzas motrices del crecimiento económico mundial y actualmente responsable por creación de 1 de cada 11 puestos de trabajo. Dando acceso a oportunidades de trabajo decente en el sector turístico, la sociedad, y en particular los jóvenes y las mujeres, puede beneficiarse de la mejora de las capacidades y

del desarrollo profesional. La contribución del sector a la creación de empleo se reconoce en la meta 8.9: «Hasta 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales».

ODS 12: Producción y consumo responsable. El sector turístico que adopta prácticas de consumo y producción sostenibles puede tener un papel significativo en la transición hacia la sostenibilidad. Para ello, tal como se señala en la meta 12.b del objetivo 12, es imprescindible «Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales». El programa de turismo sostenible del marco decenal de programas sobre modalidades de consumo y producción sostenibles aspira a desarrollar esas prácticas del programa de desarrollo sostenible, que incluirán iniciativas de uso eficiente de los recursos que redundarán en unos mejores resultados económicos, sociales y ambientales.

ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres. Disfrutar de paisajes majestuosos, bosques indemnes, una biodiversidad abundante y enclaves clasificados como patrimonio natural es a menudo una de las principales razones para que los turistas visiten un destino. El turismo sostenible puede desempeñar un papel importante, no sólo en la conservación y la preservación de la biodiversidad, sino también en el respeto de los ecosistemas terrestres, debido a sus esfuerzos por reducir los residuos y el consumo, la conservación de la flora y la fauna autóctonas, y las actividades de sensibilización.

Entorno de las microempresas de Turismo en la ciudad de Manizales y en el departamento de Caldas

La ciudad de Manizales es la capital del departamento de Caldas el cual cuenta

con una población que representa el 2% del total nacional, su distribución por área geográfica es igual a la nacional, con una clara concentración de la población en las cabeceras municipales. Manizales concentra el 44% de la población total del departamento con el 95% de su población habitando la cabecera y solo un 5% habitando los centros poblados y rural disperso.

Tabla No. 8. Población total nacional, Caldas y Manizales por área geográfica

NOMBRE	Personas total	Personas total Cabeceras Municipales	Personas total Resto Municipal (Centros Poblados y Rural Disperso)
Total Nacional	51.609.474	39.388.690	12.220.784
% nacional	100	76	24
Caldas	1.036.455	792.882	243.573
% Caldas	100	76	24
Manizales 2022	454.077	429.450	24.627
% Manizales	100	95	5

Fuente: DANE - Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) 2018 - proyecciones 2022

El departamento de Caldas presenta una menor población en NBI 8,95% que la que presenta el total del país 14,28% y esto tanto para cabeceras como para centros poblados y rural disperso, sin embargo, en los centros poblados y rural disperso las NBI con 15,06% son más del doble que en las cabeceras 6,95%, esto indica condiciones más precarias para la población rural que para la población urbana, confirmando la brecha urbano-rural que caracteriza el país.

Una de las principales atracciones turísticas del departamento de Caldas son los 18 municipios que hacen parte de los 51 que conforman el Paisaje Cultural Cafetero Colombiano PCCC declarado patrimonio mundial por la UNESCO en el año 2011. Estos municipios son Aguadas, Anserma, Aranzazu, Belalcázar, Chinchiná, Filadelfia, La Merced, Manizales, Neira, Pácora, Palestina, Riosucio, Risaralda, Salamina, San José, Supía, Villamaría y Viterbo. Manizales capital del departamento, conocida como “la ciudad de las puertas abiertas” fue fundada en

1849 en la primera fase de la colonización antioqueña y está ubicada en la cordillera central andina a una altura promedio de 2.200 m.s.n.m., se encuentra a 50 Km. de la ciudad de Pereira, a 128 km. de Armenia, a 290 de Cali, unidas por excelentes carreteras doble calzada.

De acuerdo con la información oficial del PCCC, Manizales es reconocida por su clima templado, y sus calles empinadas que son la expresión de la montañosa zona en la que está construida. La magnífica arquitectura republicana de su centro histórico hace juego con la calidez y hospitalidad de sus habitantes, invitan a disfrutar de un buen café en sus mañanas frías y templadas, adornadas por la Catedral Basílica Nuestra Señora del Rosario y el majestuoso Nevado del Ruiz, que no se pierden de vista desde ningún lugar de la ciudad.

Así mismo, según cifras de la cámara de comercio de Manizales, en el informe estudios económicos indicadores cadenas productivas (*Cámara de comercio de manizales por caldas, 2018*) existen 1968 empresas identificadas del sector turístico en Manizales, que representan el 12,7% del tejido empresarial de manizales, de las cuales, 1757 están registradas en cámara de comercio y tan solo el 19,3% tienen registro nacional de turismo RNT. en promedio una empresa de la cadena de valor tiene activos por \$128,4 millones de pesos, un 38,4% representado en transporte de pasajeros, 17,8% alojamiento en hoteles, 12,4% en agencias de viajes, 9,8% organización de convenciones y eventos comerciales y un 7,3% en expendio a la mesa de comidas preparadas.

Por su parte en el Índice de Competitividad para Colombia IDC 2021 el departamento de Caldas ocupa la séptima posición con un nivel de desempeño medio-alto y un puntaje de 44,70. Este mismo año Bogotá & Cundinamarca ocupó el primer lugar con un nivel de desempeño alto y un puntaje de 77,88, el último lugar lo ocupó Vichada en el puesto 32 con un nivel de desempeño bajo y un puntaje de 11,83.

En el Índice de Competitividad de Ciudades ICC 2022 Manizales AM continúa ocupando el sexto puesto con 6,21 puntos, después de Bogotá D.C. con 7,28 puntos, Medellín AM con 6,99, Tunja 6,43, Cali AM 6,36 y Bucaramanga AM con 6,26. Por factores Manizales AM presenta los presentes resultados en los 4 factores del ICC: En Condiciones Habilitantes que incluye los pilares instituciones, infraestructura y equipamiento, adopción de TIC y sostenibilidad ambiental Manizales AM ocupa el cuarto lugar con un puntaje de 5,94 de 10, llegando a un nivel de desempeño medio estando por debajo solamente por las ciudades de Bogotá D C, Medellín AM y Tunja. También presenta un crecimiento de 29 puntos básicos desde el año 2021 en el pilar de sostenibilidad ambiental, donde ocupó el puesto número 2, adicionalmente la ciudad obtiene el primer lugar en empresas con certificación ISO 140021 y logró un aumento importante en el indicador de áreas protegidas, en el que asciende 13 posiciones.

En el factor Capital Humano que incluye los pilares salud, educación básica y media, educación superior y formación para el trabajo Manizales AM ocupa el 8 puesto con 6,26 puntos, después de Tunja 7,78, Bogotá D.C. 7,19, Bucaramanga AM 6,96, Popayán 6,74, Armenia 6,67, Medellín AM 6,52 y Pasto 6,50. Manizales AM obtiene el primer lugar en los indicadores de controles prenatales y calidad en educación superior.

En relación con el Índice de Desarrollo de las TIC regional para Colombia 2018-2019, el departamento de Caldas se encuentra por debajo del promedio nacional en todos los indicadores Desarrollo de las TIC 4,78, Acceso 5,16, Uso 4,13 y Habilidades 5,31. Por su parte la ciudad de Manizales se encuentra en un lugar de desempeño alto al presentar un puntaje de 5,91 en el año 2019.

Según la encuesta de percepción de "Ciudades Cómo Vamos", la capital caldense es una de las tres ciudades con mejor calidad de vida, y ha sido largamente

catalogado como el mejor destino universitario. La economía manizaleña tiene altos índices de competitividad, y las actividades más importantes son la industrial, universitaria y comercial.

A continuación se enuncian los diecisiete principios u objetivos de desarrollo sostenible ODS así: Fin de la pobreza, Hambre cero, Salud y bienestar, Educación de calidad, Igualdad de género, Agua limpia y saneamiento, Energía asequible y no contaminante, Trabajo decente y crecimiento económico, Industria, innovación e infraestructura, Reducción de las desigualdades, Ciudades y comunidades sostenibles, Producción y consumos responsables, Acción por el clima, Vida submarina, Vida de ecosistemas terrestres, Paz, justicia e instituciones sólidas, Alianzas para lograr objetivos.

En la edad moderna Bowen (*Bowen, 1953*) considerado como el padre de la responsabilidad social empresarial RSE, estableció las bases de este tipo de gestión en la relación empresa y sociedad. Para el la RSE debía ser aceptada voluntariamente para su práctica. Buscando el camino para que las empresas logren su crecimiento económico a través de esta práctica de gestión.

Para Davis (*Davis, 1967*) quien decide sobre una práctica de responsabilidad social, es el hombre de negocio, concibiendo este a la empresa como un sujeto que orienta la política, la cultura e interés especial; considera el autor las decisiones tomadas por los hombres de negocio, teniendo en cuenta su concepción de la responsabilidad social, puede ser justificada en el largo plazo, mediante un complicado proceso que tiene una razonable probabilidad de ser exitoso y que permite un retorno de la inversión.

De lo anterior, se puede establecer que los empresarios o líderes de organizaciones empresariales independiente del tamaño de éstas, son los promotores de incluir en su gestión la responsabilidad social, mediante un acto

autónomo, el cual incluye a todos los grupos objetivos susceptibles de influencia de la misma, tanto en el ámbito privado como público, con el fin de monetizar en el largo plazo, a través del manejo adecuado de la reputación como marca, el retorno de la inversión patrimonial y de capital en sus organizaciones como retorno de la inversión realizada.

4. Conclusiones

La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina corresponde inicialmente a una adaptación de modelos foráneos, los cuales se vienen implementando desde los años 60's liderados por Brasil. Entre los aportes que realiza la Responsabilidad Social Empresarial en la región de América Latina y el Caribe, caracterizada por altos niveles de pobreza e inequidad y corrupción, se encuentran las dos perspectivas éticas: La óptica de la ética económica y la segunda la ética política. Así mismo su surgimiento plantea retos al Estado, identificando los procesos de transparencia y la rendición de cuentas y a las empresas privadas con la ética y la competitividad, la ética también aplica al funcionamiento de las alianzas-público privadas y la transparencia con respecto a su gestión.

Es necesaria la intervención estatal, dar apoyo para lograr reconocimiento de los ODS como salida para ganar en RSE. En cada uno de los sectores económicos del país, como el turismo, es necesario jalonar la economía, impactar en la calidad de vida laboral de los trabajadores y los ciudadanos en general, generar prosperidad familiar y fortalecimiento del Estado, esto se requiere particularmente después de la pandemia generada por el COVID 19 que debilitó todos los sectores económicos del país y del mundo, afectando especialmente al turismo.

Esta reactivación se debe lograr de la mano con la empresa privada y en particular con las microempresas, lo cual implica sustancialmente la exigencia a un Estado

más acorde a las exigencias de la economía nacional, regional y local y al desarrollo económico sustentable, a una construcción clara y concisa de las políticas públicas para la actividad empresarial así como un apoyo permanente a las empresas nacionales focalizando prioritariamente a las microempresas que aportan eficazmente al desarrollo económico nacional y al Producto Interno Bruto, dinamizando particularmente la economía local.

La relación responsabilidad social empresarial y ODS, muestra debilidad, en especial en el objetivo 8 de los ODS, trabajo decente y crecimiento económico. Esto se debe principalmente a que las microempresas no poseen un capital robusto y suficiente para realizar inversiones significativas en las diferentes áreas de la empresa, pero si requieren de un mayor acompañamiento de los entes gubernamentales y de capital semilla que permita al interior de ellas, adquirir maquinaria y equipos, insumos, materiales, muebles y enseres y gozar de un adecuado flujo de caja, que les permita atender los requerimientos básicos para el pago de servicios y la nómina de sus empleados sin afectar su capital o patrimonio invertido.

5. Referencias Bibliográficas

avila, o. i. (2013). capital humano y crecimiento economico. *borradores de economia*, prólogo.

Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Harper & Row.

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas CCMPC. (19 de Febrero de 2023). *Estudios económicos y competitividad*. Obtenido de <https://estudios.ccmpec.org.co/indice-de-competitividad-de-ciudades-icc-2022/>

Davis, K. (1967). *Understading the social responsibility puzzle*. Business Horizons, 10(4), 45-5.

edward, r. f. (2010). strategic management: A stakeholders approach. En e. f. R, *strategic management: A stakeholders approach* (pág. 1). cambridge, new york: cambridge university press.

Forero, G. (24 de Abril de 2014). Los clientes piden integración social y educación en políticas de responsabilidad social . *Diario La República*.

Frederick, W. (1960). *The growing concern over business responsibility*. California: Management review.

GLOBO, E. E. (08 de ABRIL de 2014). *LA REPÚBLICA*.

GRUPO BANCO MUNDIAL. (2014). *INFORME SOBRE EL DESARROLLO MUNDIAL*. WASHINGTON D.C.: WORLD BANK PUBLICATIONS.

LONDOÑO, G. A. (1998). *ESTRUCTURA ECONÓMICA COLOMBIANA* (Vol. OCTAVA EDICIÓN). (P. F. S.A., Ed.) SANTAFÉ DE BOGOTA D.C., COLOMBIA: MC GRAW HILL.

manzano, a. b. (2013). un modelo de pensamiento estratégico para favorecer la gestión del cambio en las organizaciones. *revista ad-minister*, numero 23 pág 9-24.

milton, f. (1971). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA PRIVADA*. CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICO - SOCIALES CEES, 7.

Ministerio de comercio, industria y turismo. (17 de febrero de 2023). *mincit.gov.co*. Recuperado el 17 de febrero de 2023, de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/gobierno-expide-nueva-clasificacion-de-empresas-a>

NACIONES UNIDAS CEPAL. (2004). *RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN AMÉRICA LATINA: UNA VISIÓN EMPRESARIAL*. En S. F. MARIA EMILIA CORREA, *CEPAL. SERIE MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO Nº 85* (pág. 7). SANTIAGO DE CHILE: UNITED NATIONS PUBLICATIONS.

saenz, j. v. (1951). el contenido del bien común de la ciudad, según aristóteles y santo tomas. *Revista colombiana de filosofía*, 15.

Vásquez, H. C. ((2009)). Compromiso y responsabilidad organizacionales: Una aproximación sistémica. *Administración y Organizaciones*, 12(23), 43-54.

WIKIPEDIA. (22 de 05 de 2013). *WIKIPEDIA*. Recuperado el 18 de 05 de 2014, de WIKIPEDIA: http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Teor%C3%ADa_de_los_sentimientos_morales&oldid=67081298