

ASPECTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS HOTELERAS DE LOS MUNICIPIOS DE VILLAMARIA Y PALESTINA PERTENECIENTES AL PAISAJE CULTURAL CAFETERO

Alejandra Trujillo Giraldo
Laura Vanessa Londoño Henao

Proyecto de grado

PROYECTO DE GRADO

**ASPECTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS PEQUEÑAS
Y MEDIANAS EMPRESAS HOTELERAS DE LOS MUNICIPIOS DE VILLAMARIA Y
PALESTINA PERTENECIENTES AL PAISAJE CULTURAL CAFETERO**

ALEJANDRA TRUJILLO GIRALDO

LAURA VANESSA LONDOÑO HENAO

ASESORA DE PROYECTO: LAURA MICHEL SANTA FAJARDO

UNIVERSIDAD DE MANIZALES
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
MANIZALES

2019

Contenido

Resumen	5
Palabras clave: responsabilidad social empresarial, economía, social, ambiental	5
Introducción	6
1. Planteamiento del problema	7
1.1 Pregunta problema.....	10
2. Objetivos	11
2.1 Objetivo general	11
2.2 Objetivos específicos	11
3. Justificación	12
4. Antecedentes	13
4.1 Nacionales	13
4.2 Internacionales	15
5. Marco referencial	18
5.1 Marco teórico	18
5.1.1 Noción de Empresa.....	18
5.1.2 Responsabilidad social empresarial	20
5.2 Marco conceptual.....	23
5.3 Marco Normativo	25
6. Metodología	27
6.1 Enfoque y Tipo de investigación.....	27
6.2 Población	27
6.3 Instrumento de recolección	31
7. Análisis y resultados	31
7.1 Identificación de los aspectos generales de responsabilidad social empresarial y compromiso ético de la de las pequeñas y medianas empresas hoteleras de los municipios de Villamaría y Palestina	31
7.2 Descripción según las dimensiones económica, social y ambiental de la RSE de los aspectos internos y externos que desarrollan las pequeñas y medianas empresas hoteleras de los municipios de Villamaría y Palestina, pertenecientes al Paisaje Cultural Cafetero	38
7.2.2 Aspectos sobre la Dimensión Económica de la RSE EXTERNA	44
7.2.3 Aspectos sobre la Dimensión Social de la RSE. INTERNA	51
7.2.4 Aspectos sobre la Dimensin Social de la RSE. S – EXTERNA	56

7.2.5 Aspectos sobre la Dimensión Ambiental de la RSE. INTERNA.....	60
7.2.6 Aspectos sobre la Dimensión Ambiental de la RSE. EXTERNA	65
8. Conclusiones	70
8.1 Aspecto Económico	71
8.2 Aspecto Social.....	73
8.3 Aspecto ambiental.....	74
Referencias.....	76
Anexos	78
Anexo 1. Instrumento de recolección de información.....	79
Anexo 2. Consentimientos informados	86

Resumen

El objetivo del proyecto es analizar los aspectos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de las pequeñas y medianas empresas hoteleras de los municipios de Villamaría y Palestina pertenecientes al Paisaje Cultural Cafetero, municipios que por sus características y relevancia dentro del área presentan una ocupación hotelera alta. La metodología es cuantitativa y de tipo descriptivo, teniendo como instrumento la recolección de información mediante una encuesta que analiza cómo las empresas en cuestión asumen la Responsabilidad Social empresarial desde sus tres dimensiones: económica, social y ambiental.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, economía, social, ambiental

Introducción

El texto es el producto de una investigación que busca analizar y describir los aspectos de las pequeñas y medianas empresas hoteleras de los municipios de Villamaría y Palestina ubicadas en el Paisaje Cultural Cafetero en cuanto a responsabilidad social empresarial. Cuando el lector abra sus páginas verá que el material está dividido en siete apartados que describen un planteamiento del problema, un marco teórico, unos antecedentes, una metodología, el análisis de la información y unas conclusiones. Es necesario recalcar que el proyecto hace parte de un macro proyecto de administración de empresas de la Universidad de Manizales cuyo objetivo principal es identificar cómo las empresas hoteleras de Caldas asumen la responsabilidad empresarial y si las empresas hoteleras seleccionadas de los municipios de Villamaría y Palestina pertenecientes al PCC, según la base de datos de la Cámara de Comercio a 31 de diciembre de 2017, contribuyen a ella de manera voluntaria o legal.

1. Planteamiento del problema

Colombia en la actualidad cuenta con nueve lugares declarados Patrimonio de la Humanidad (UNESCO, 2017). Está, por ejemplo, el Parque Arqueológico de San Agustín, parque que desde 1995 es un bien cultural que día tras día atrae antropólogos y curiosos de las civilizaciones prehispánicas; el Puerto, fortalezas y conjunto monumental de Cartagena, algo así como un resguardo que a orillas del Caribe es un sistema de fortificaciones que siglos atrás servía de cuartel y de refugio, el Centro histórico de Santa Cruz de Mompox, conjunto de edificaciones a orillas del río Magdalena de una belleza y arquitectura inigualable que representa una de las primeras ciudades españolas en América del Sur, y el Santuario de flora y fauna de Malpelo, una isla convertida en un refugio para especies marinas en peligro de extinción, entre otros espacios de interés internacional y local.

De estos nueve lugares en poder de Colombia, El Paisaje Cultura Cafetero sobresale en razón de que conjuga elementos naturales, económicos y culturales únicos dentro y fuera del país. Ubicado en la Cordillera de los Andes, entre el centro y el oriente, catalogado patrimonio el 25 de junio del 2011 y considerado un corredor indispensable para la conservación y estabilidad de la biodiversidad mundial, la zona es el paradigma perfecto de cómo los colombianos aprovechan y cuidan su territorio.

Básicamente, está conformado por 47 municipios y 411 veredas y en lo que se denominó su área de amortiguamiento por cuatro municipios y 447 asentamientos de los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca. Además, cuenta con un relieve, clima y suelos

ideales para el cultivo de frutas y verduras, pero en especial para el cultivo del café, de ahí su epíteto: Paisaje Cultural Cafetero. Para el Ministerio de Cultura (2018):

El PCC constituye un ejemplo sobresaliente de adaptación humana a condiciones geográficas difíciles sobre las que se desarrolló una caficultura de ladera y montaña. Se trata de un paisaje cultural en el que se conjugan elementos naturales, económicos y culturales con un alto grado de homogeneidad en la región, y que constituye un caso excepcional. En este paisaje se combinan el esfuerzo humano, familiar y generacional de los caficultores con el acompañamiento permanente de su institucionalidad. (Ministerio de Cultura, 2018, pág. 1)

Los orígenes de este paraíso, llamado también la Ruta del Café, se remontan a la colonización antioqueña del siglo XIX, a la siembra de cafetales, a la construcción de viviendas rurales hechas de guadua y bareque y a todo un movimiento social que vio una esperanza de vida en el centro de Colombia. En la (figura 1) se puede apreciar el escenario del cual se menciona:



Figura 1 Paisaje Cultural Cafetero
Fuente: (UNESCO, 2017)

Ahora bien, las oportunidades y opciones que ofrece el Paisaje Cultural Cafetero son aprovechadas por nativos y extranjeros y por un sector en especial de la economía colombiana: el sector hotelero, en razón de los miles de turistas y viajeros que año tras años lo visitan por motivos de negocios o placer. Los balances, de acuerdo a la Asociación Colombiana de Agencias

de Viajes y Turismo (Anato) y un artículo publicado el 2017 titulado *6% creció la cantidad de turistas internacionales que visitaron el Quindío* por el periódico la Crónica del Quindío, son altísimos y se espera un crecimiento considerable en el futuro. Así expresa Diego Vásquez, presidente del capítulo Eje Cafetero de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo, la situación del año pasado:

Al cierre de septiembre teníamos una llegada reportada, según fuentes de Migración Colombia, cercana a 10.900 turistas internacionales, lo que significa un incremento del 6% en relación al año anterior, lo que quiere decir que el trabajo que han venido haciendo las agencias de viajes, especialmente las operadoras y receptoras, se ve consolidado. Las cifras muestran que Colombia está dentro del panorama de los destinos turísticos a visitar y particularmente el Eje Cafetero representa el ícono por el cual el país es conocido a nivel mundial. (Crónica del Quindío, 2017, pág. 1) (UNESCO, 2017)

Es más, “en todo el Paisaje Cafetero Anato tiene registros de 41 mil aventureros que en octubre pasado disfrutaron de la idiosincrasia cafetera, de sus montañas, de sus ríos, de sus arboledas, de sus gentes, de su gastronomía y de su visión del mundo gracias a la hotelería de la región”.

(Ministerio de Cultura, 2018)

¿Qué dicen estos datos? Por un lado, que las organizaciones hoteleras logran generar millones de utilidades, crean puestos de trabajo, incentivan la producción de bienes y servicios, potencian el Paisaje Cafetero, patrimonio de la humanidad y de Colombia, impulsan emprendimientos independientes y contribuyen en buena parte a una imagen favorable del país en el exterior. Por el otro, dado el margen de ganancias, las empresas hoteleras están en la obligación de implementar políticas y planes de acción que retribuyan, bien sea a nivel social, económico o ambiental, lo que la comunidad y el entorno entregan. En otras palabras, deben ejecutar proyectos de Responsabilidad Social Empresarial para nivelar las cargas.

Para el caso del Paisaje Cafetero, El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco), ente que vigila y contrala la gestión dentro de Colombia y revela una lista donde detalla cuáles son las organizaciones con mejor desempeño en la materia, ha dicho en repetidas ocasiones que

no todas las empresas están cumpliendo con sus compromisos, o sea, están dejando de lado la Responsabilidad Social Empresarial o no están realizando acciones como se deben, principalmente en el sector hotelero. ¿Cuáles pueden ser las causas? Entre las más comunes están el desconocimiento, la falta de talento humano y la escasa preocupación por el impacto de las actividades productivas. (Ministerio de Cultura, 2018)

¿Qué puede ocurrir si la situación continúa? Principalmente “daños” al Paisaje Cultural Cafetero pues las prácticas de las empresas hoteleras dejarían de lado una contribución al desarrollo sostenible de la región. También se daría el caso de una pérdida de confianza hacia las organizaciones encargadas de hospedar a extranjeros e inmigrantes .Y peor aún: el Estado caería sobre aquellas empresas que están incumpliendo con la ley bajo el propósito de castigar su incumplimiento y la falta de seriedad, etc.

Siendo así la situación, se hace necesario analizar los aspectos de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas hoteleras que pertenecen al Paisaje Cultural Cafetero, especialmente en los municipios de Villamaría y Palestina, municipios que por sus características y relevancia dentro del área presentan una ocupación hotelera alta.

1.1 Pregunta problema

¿Cuáles son los aspectos de Responsabilidad Social Empresarial de las pequeñas y medianas empresas hoteleras de los municipios de Villamaría y Palestina pertenecientes al Paisaje Cultural Cafetero?

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

- Analizar los aspectos de Responsabilidad Social Empresarial de las pequeñas y medianas empresas hoteleras de los municipios de Villamaría y Palestina pertenecientes al Paisaje Cultural Cafetero.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar los aspectos generales de responsabilidad social empresarial y compromiso ético de la de las pequeñas y medianas empresas hoteleras de los municipios de Villamaría y Palestina.
- Describir según las dimensiones económica, social y ambiental de la RSE los aspectos internos y externos que desarrollan las pequeñas y medianas empresas hoteleras de los municipios de Villamaría y Palestina pertenecientes al paisaje cultural cafetero.

3. Justificación

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial tiene un fuerte impacto debido a que existe una sociedad más interesada y concientizada por el ambiente, el bienestar para los trabajadores, accionistas y consumidores y la protección a los Derechos Humanos. Además, los gobiernos interesados en el crecimiento y progreso de la población buscan que las organizaciones adhieran a sus políticas y principios la ética y el cumplimiento a la ley adoptando la RSE como parte de decisiones estratégicas con el fin de obtener mejoras internas y externas hasta adquirir una cultura que garantiza mayor sostenibilidad y crecimiento económico.

En este sentido, la investigación es importante porque busca identificar y describir los aspectos de responsabilidad social que las empresas hoteleras, pequeñas y medianas, de Villamaría y Palestina están implementando en materia de RSE y si en efecto se percibe un equilibrio entre crecimiento económico y bienestar social.

Finalmente es útil porque mediante el estudio será posible tener conocimiento sobre el estado de la RSE en el Paisaje Cultural Cafetero y así mismo, el grado de cumplimiento e implementación y los índices de competitividad y rentabilidad de la región.

4. Antecedentes

La Responsabilidad Social Empresarial en las empresas hoteleras, como en cualquier otro, es un asunto de vital importancia para las políticas públicas de los gobiernos de corte democrático y para los estudiosos de las organizaciones, la Economía, el Derecho, la Contabilidad y las Finanzas. Por eso, a continuación se reseñan seis investigaciones, tres nacionales y tres internacionales, que dan cuenta de la pertinencia de la materia. Cada una, a su manera, realiza valiosos aportes desde distintos ángulos a la presente disertación.

4.1 Nacionales

El primer estudio se titula Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de la provincia Centro de Boyacá Colombia (2014), y está a cargo de Irma Soraya Cantillo Gutiérrez. Como objetivo general, y después de precisar qué es la responsabilidad social empresarial, por qué es importante, cuáles son sus peligros y cuáles son los ejes jurídicos de tal estrategia empresarial, Cantillo planea valorar y calificar el grado de RSE que tienen los empresarios del sector hotelero en Boyacá, Colombia.

Para cumplir con sus propósitos, Cantillo parte de una metodología cualitativa con un enfoque descriptivo y un método deductivo. En los instrumentos de recolección de información está la encuesta que busca conocer el grado de RSE, y la revisión documental de escritos provenientes de entidades privadas y públicas. La población que toma Cantillo está conformada por 54 hoteles del departamento de Boyacá, Colombia, distribuidos en Tunja, Combita, Cucaita, Chivatá, Chíquiza, Motavita, Oicatá, Samacá, Siachoque, Sora, Soracá, Sotaquirá, Toca, Tuta y Ventaquemada.

En los resultados, la autora llega a los siguientes hallazgos: el 41 % de las empresas analizadas desconocen qué es concretamente la RSE, el 98 % de los hoteles analizados ven en la RSE un aspecto capital para cumplir sus metas y respetar la ley y el agrado de RSE no es el esperado pues por solo el 50 % adelanta proyectos. En las conclusiones, la autora asegura que:

El grado de responsabilidad de los empresarios del sector hotelero de la Provincia Centro del departamento de Boyacá en lo que se refiere a talento humano, visto a través de la gestión, la seguridad y salud en el lugar de trabajo, se considera más una debilidad que una fortaleza al alcanzar tan solo una calificación de 3.7 y ubicarse en una zona de transición; esto se debe a las falencias que se encuentran en inclusión de personas discapacitadas, la realización de cursos de seguridad y prevención, los seguimientos y controles médicos a los empleados, la adecuación de instalaciones para discapacitados, la facilitación de equipos de protección y el entrenamiento de los empleados para situaciones de riesgo. (Cantillo, 2014, pág. 58)

El segundo antecedente rastreado es Responsabilidad social empresarial turística en Colombia: regulación en el sector hotelero, publicado en el 2016. Su autor, Carlos Arturo Téllez Bedoya, tiene una intención muy clara: caracterizar las principales iniciativas del ambiente hotelero referidas a la Responsabilidad Social Empresarial. Con esto en mente, Tellez después de definir conceptos claves, recurre a una metodología cualitativa, a técnicas de recolección de información basadas en la entrevista estructurada y a la hermenéutica para interpretar los datos acumulados (Tellez, 2016).

En los hallazgos, Téllez afirma que existe un tejido en proceso de construcción desde los años 80 en torno a la RSE pero que aún las iniciativas son pobres por lo tanto no existe una cultura sólida de la RSE en el gremio hotelero y turístico. Dentro de las conclusiones, Tellez expresa que pese a los esfuerzos del Estado colombiano por inculcar la RSE en la comunidad hotelera, el comportamiento no es el mejor porque perduran vacíos que solo la capacitación y la conciencia pueden llenar.

Finalmente Responsabilidad social empresarial en el sector turístico, Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia (2013), de David Daniel Peña Miranda y Antoni Serra Cantallops, revela que la RSE y el turismo interesan a la comunidad académica. El objetivo del texto es realizar una investigación aplicada a una empresa hotelera de la ciudad de Santa Marta, a partir de una metodología cualitativa y un estudio de caso que recurre a la encuesta como instrumento de recolección de información (Peña & Serra, 2013)

En el caso de los hallazgos, se comenta que se hace necesaria una intervención a la empresa sondeada pues ignora las directrices de la RSE y el porqué de su razón de ser y se concluye:

que la empresa del estudio, se encuentra más cerca de la pro actividad que de la reactividad legal, ya que comienza a llevar a cabo Prácticas de Responsabilidad Social a las que no está obligada a realizar por ley. De igual manera, aplica un tipo de Responsabilidad Social Táctica y tiene un nivel de Responsabilidad Social Medio al valorarse cuantitativamente con un 3,5 y cualitativamente con un aceptable. La presente investigación, pionera en la materia en el contexto geográfico de actuación, fue aplicada a la empresa turística de alojamiento con mayor trayectoria histórica de la ciudad. (Peña & Serra, 2013, pág. 58)

4.2 Internacionales

Responsabilidad social en el sector hotelero, análisis de caso en Córdoba (Argentina), cuyos responsables son Flores, Bino y Barroso (2016), es un atractivo esfuerzo teórico-práctico fuera de Colombia que considera la RSE en una provincia argentina evaluando la aplicación de la RSE y los procesos implementados en Córdoba, Argentina. La metodología es de corte cualitativo y recurre al rastreo documental y entrevistas para recolectar información (Flores, Bino , & Barroso, 2016).

Según Flores et al. (2016), los hallazgos revelan que únicamente las empresas catalogadas con 5, 4 y 3 estrellas adelantan la RSE de distintas formas, bien sea a través de acompañamiento a la comunidad, cuidando del medio ambiente o vigilando sus prácticas de producción. En las conclusiones, los autores hacen un llamado a las autoridades argentinas para que no solo los

hoteles de primera categoría respeten la RSE sino también aquellos pequeños empresarios que apenas inician el camino al éxito con el acompañamiento y apoyo del Estado argentino y con inversión privada y pública (Flores, Bino , & Barroso, 2016).

Estado de la gestión con enfoque de RSE de las empresas del sector hotelero en la Región Piura (2017) es otro proyecto que a nivel internacional merece señalarse. Sus gestores, Fernández, Franco , Rubio y Salazar pretenden conocer cómo está la RSE en las empresas hoteleras de la región Piura en el año 2015 apelando a los indicadores Ethos- Perú 2021. Para ello, Fernández utiliza una metodología cualitativa y un cuestionario virtual con el fin de conocer las impresiones de los directores de empresas enfocadas en el turismo; la población está conformada por 5 filiales de la comunidad hotelera (Fernández, Franco, Rubio, & Salazar, 2017).

En los hallazgos, los autores encuentran que el cumplimiento de las organizaciones Piuranas está por debajo de lo esperado, es decir, se da a medias y con muy pobres resultados, lo que lleva a adoptar medidas de contingencia. Y en las conclusiones, Fernández, Franco, Rubio y Salazar manifiestan que las cinco empresas inspeccionadas se ubican en una etapa intermedia en cuanto a RSE pues desconocen los beneficios y ventajas de ser socialmente responsables. Además, se percibe desinterés por adelantar y diseñar políticas de RSE.

La exploración termina con Cadenas hoteleras españolas y la responsabilidad social: una realidad palpable, un proyecto de grado español para la Universidad de León aprobado el 16 de septiembre del 2014. En él, Cotillo pretende conocer el nivel de implementación y compromiso que 10 cadenas hoteleras, las más representativas según el número de habitaciones, demuestran en términos de Responsabilidad Social Empresarial (Cotillo, 2016).

La metodología es de corte cualitativo y tiene presente las herramientas de diagnóstico que Olcese y Forética diseñaron para analizar qué tanto las empresas, sea cual sea su naturaleza, cumplen con la RSE. En los hallazgos, Cotillo expone que no todas las comunidades económicas observadas cumplen con la normatividad ISO y con su compromiso de cero carbono.

Lo mismo sucede en el aspecto social, pues, las cadenas hoteleras necesitan conocer cuáles son las necesidades de la población para implementar actividades acordes a sus exigencias. Ya en las conclusiones Cotillo finaliza el proyecto argumentando que la RSE es desigual en las organizaciones inspeccionadas en tanto no todas han aplicado las mismas herramientas y han obtenido los mismos corolarios.

5. Marco referencial

5.1 Marco teórico

5.1.1 Noción de Empresa

La empresa puede entenderse como “un conjunto de factores humanos, técnicos y financieros, localizados en una o varias unidades físico-espaciales o centros de gestión y combinados y ordenados según determinados tipos de estructura organizativa” (Tellez, 2016, pág. 34). Otra definición es la de Chávez (1994), quien afirma que la empresa es una “organización que puede expresar el proceso o la función de organizar, es decir, la que se encarga de diseñar la estructura organizativa y de lograr que se desarrolle una actividad (acción) de forma eficiente y eficaz respecto de los objetivos pretendidos” (Chávez, 1994, pág. 23).

En la actualidad, las empresas son un organismo bastante complejo gracias a la globalización y a los descomunales progresos de la tecnología. Así, su ciencia, la administración de empresas, integra la psicología, la antropología, la filosofía, la geografía económica y la computación.

Al estar conformada por hombres con un interés común, la empresa tiende a formular objetivos denominados objetivos económicos y sociales. Los económicos, se asocian a la maximización de los beneficios financieros, es decir, a grandes sumas de dinero para los propietarios de la empresa. Los sociales, tienen que ver con la intención de la empresa de cubrir una necesidad del mercado. O sea, que “es lógico tener presente que en una organización ambos tipos de objetivos han de ser complementarios y estar coordinados. Lo contrario podría paralizar la propia actividad y conducir al fracaso al ente organizacional” (Escolme, 2015, pág. 11).

Quien se encarga de formular los objetivos de la empresa, los cuales también pueden dividirse en específicos y generales según el enfoque, es el administrador. Éste, “tiene una función tan relevante en este campo que incluso ya se habla de una nueva forma de dirección denominada

dirección estratégica por objetivos” (Escolme, 2015, pág. 10). El responsable de formular los objetivos siempre debe tener presente el tipo de empresa, la dirección, el entorno de la organización y las posibilidades económicas.

Ahora bien, como la empresa es un sistema que tiene funciones, o sea, acciones propias de sus miembros. Cuando se habla de funciones se está “refiriendo a las actividades o tareas que pone en funcionamiento la empresa; es decir, aquellos trabajos que colaboran en la transformación de inputs en outputs” (Escolme, 2015) . Para Henry Fayol, considerado el padre del enfoque clásico de la administración, estas funciones son:

- Técnicas
- Financieras
- Seguridad
- Contabilidad
- Comerciales
- Administrativas

De estas seis funciones la más importante es la administrativa, pues:

Se encarga de dirigir y controlar todo el cuerpo social de la organización. Sin ella la coordinación, la cooperación y la eficiencia serían una ilusión. Es más, sin la función administrativa la empresa corre peligro de morir por la lucha comercial o inseguro competidores o por el mal avance. (Fayol, 1986, pág. 45)

Al igual que otras organizaciones, las empresas ofrecen una clasificación. Ésta, por lo general, se basa en elementos como el tamaño, la propiedad del capital, el costo de la producción, el sector económico, el ámbito geográfico, el número de productos o servicios de la actividad y el nivel de jerarquías. Así, por ejemplo, puede hablarse de empresas grandes o medianas, privadas o públicas, locales e internacionales, de un sector de la economía determinado y de una forma jurídica establecida.

Respecto a la importancia de la empresa, muchas son las perspectivas de análisis. Desde la política, las empresas son importantes porque posibilitan el progreso nacional al ejecutar trabajos de manera conjunta, generan estabilidad, explotan los recursos naturales y promueven intercambios que van más allá de unos kilómetros. Por el lado social, las empresas satisfacen las necesidades del mercado, permiten alcanzar objetivos colectivos y distribuyen las riquezas. Además, generan tecnología y transforman las leyes del consumo.

5.1.2 Responsabilidad social empresarial

Se entiende por responsabilidad social empresarial, también llamada Inversión Socialmente Responsable o Responsabilidad Social Corporativa, una actitud que las empresas, sea cual sea su enfoque (producción, prestación de servicios, ventas, etc.) asumen frente a la sociedad con el fin de compensar los posibles daños que su actividad puede generar. Para el Instituto Nacional de Normas Técnicas (ICONTEC) la responsabilidad empresarial, en adelante RSE, es:

El compromiso voluntario que las organizaciones asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral se generan con las partes interesadas, y que partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales, le permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ecológico. (ICONTEC, 2008, pág. 1)

Otra visión de la RSE que ofrece la Organización Internacional del Trabajo, según la institución, la RSE es algo así como:

el reflejo de la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad, y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. (Organización Internacional del Trabajo, 2016, pág. 1)

Igualmente existen teóricos que con sus ideas y estudios que contribuyen a la fundamentación, entre ellos Porter y Kramer (2006), eruditos de la administración que conciben la CVC como:

Construir un valor compartido y no como un control de daños o una campaña de relaciones públicas, lo cual hace más competitiva a la organización no solo dando cumplimiento a normas sino también utilizando esto como una estrategia teniendo una objeción clara del aspecto social. (Porter & Kramer, 2006, pág. 15)

Lo anterior apoya la siguiente conceptualización, “la RSE se refiere a las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad” (Duque, Cardona, & Rendón , 2013, pág. 14).

Por otra parte, si la RSE es esto y más, tres son sus posibles frentes de acción: el ambiental, el económico y el social. El primero, alude a las operaciones específicas de las organizaciones que contribuyen a la preservación y mejora de la ecología para el bien de la humanidad, pues, a medida que las empresas comenzaron a crecer y emplear la tecnología, el impacto sobre el medio ambiente creció (la Revolución Industrial marcó un hito en la explotación de recursos minerales y en el daño a la naturaleza a partir del uso de contaminantes químicos). Por eso, si las empresas adoptan un buen manejo y control de los residuos o desechos fruto de sus procesos, a la vez preservan la biodiversidad y generan una mayor rentabilidad y competitividad, haciéndose partícipes de un impacto positivo para el entorno (Tellez, 2016).

La segunda dimensión, el enfoque social, establece la calidad de vida que se tiene entre inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores, además de lo que se hace por la comunidad. En el entorno empresarial se trata de liberar diferentes iniciativas y distintas formas de inversión que no tienen relación directa con la Empresa pero que si le benefician de algún modo. Por ejemplo cajas de compensación, atención preescolar del Instituto de Bienestar Familiar, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, pago de primas y otros que hacen parte de la extensión social en la RSE. En esta línea también se realizan aportes empresariales a las instituciones universitarias, fundaciones y Cámaras de Comercio que impulsan proyectos de educación, nutrición, vivienda, etc. (ICONTEC, 2008).

Y por último el escalón económico, que en la parte interna se enfoca en la generación y distribución del valor de agregado entre colaboradores y accionistas, y en la parte externa implica la generación y distribución de bienes y servicios que se hacen útiles y rentables para la comunidad. No se trata, entonces, de generar dinero en detrimento de la calidad de vida de ninguna de las partes sino, más bien, de generar dinero a partir de un escenario bienhechor para el consumidor y el productor (Duque, Cardona, & Rendón , 2013)

Así pues, las prácticas mencionadas son oportunidades empresariales que fomentan la innovación e impulsan la rentabilidad y los beneficios a corto y largo plazo. Adicionalmente favorecen las relaciones con los *stakeholders* (interesados/as) pues la imagen corporativa se ve respaldada por un comportamiento socialmente responsable y un sistema de comunicación y gestión excelente.

¿Cuál es el origen de este estilo de administración, producción y competitividad? Se cree que la RSE data de principios del siglo XX cuando las grandes empresas y monopolios financieros ignoraron el impacto de sus actividades. Sin embargo, con el auge del cooperativismo y asociacionismo a principios de los 50, movimientos que buscaban conciliar la eficacia y eficiencia empresarial con los derechos humanos, el cuidado del medio ambiente y la democracia, la RSE tomó fuerza hasta convertirse en una máxima para las empresas.

Ya en la década de los 90, luego de extenderse por el mundo empezando en Norteamérica e Inglaterra y después en Europa, la RSE se cristaliza con el Pacto Mundial, una iniciativa de la Organización de Naciones Unidas (ONU) que proponía lineamientos y principios a ser considerados por las empresas para el adecuado y seguro desarrollo de las sociedades y mercados. El gestor, el ex secretario de las Naciones Unidas, Kofi Annan, llamó al acuerdo UN

Global Compact, el cual consta 10 puntos a tener en cuenta si las organizaciones quieren una RSE acorde al contexto y a las exigencias del medio.

En Colombia, la RSE aparece a mediados de los 50 pero se implementa como tal hacia 1970 en virtud del eco que la Revolución Industrial y el incipiente crecimiento del modelo neoliberal tienen en los países en vías de desarrollo. Olano (2014), en su texto *Estudio de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia, en compromiso de todos*, expone en estos términos el hecho:

Después de estallar el fenómeno histórico de la Revolución Industrial, se consolidaron algunas de las actividades económicas más importantes, y se reveló el impacto social, económico y ambiental que crearon estas organizaciones y que como consecuencia, permitieron a las comunidades exigir el ejercicio responsable de la actividad empresarial (Olano, 2014, pág. 14)

Con el tiempo surgen las primeras colectividades o gremios encargados de vigilar y regular la RES en las empresas Colombianas que con la apariencia de Cajas de Compensación Familiar o fundaciones encarnan la ley y la ética que el Estado colombiano pretende impartir al sector empresarial.

5.2 Marco conceptual

La responsabilidad social empresarial y corporativa es una de las labores a las que las compañías han prestado especial atención en los últimos años en Colombia y el mundo, su historia se puede remontar a casi un siglo de existencia con el nacimiento y la creación de pequeñas fundaciones y proyectos filantrópicos en países como Reino Unido o Francia.

Sin embargo, Beatriz Herrera, decana nacional de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Cooperativa de Colombia, explicó que la responsabilidad social empresarial ha existido desde siempre, “considerada como la forma ética en que los

hombres de negocios y empresarios asumían sus responsabilidades frente a la sociedad en la cual desarrollaban sus actividades económicas”.

De este modo, surgió por la idea de que si las empresas usan los recursos que son propiedad de la sociedad, los empresarios por el valor de la ética deberían buscar la manera de devolver a la sociedad beneficios por el uso de los bienes sociales, según indicó Herrera. (Octavio, 2017)

Los estándares de calidad se han hecho cada vez más exigentes en el sector hotelero, principalmente en temas de sostenibilidad y responsabilidad corporativa. A lo largo de las últimas décadas se ha venido generando una mayor conciencia sobre la construcción de un modelo productivo en el que se impulse un desarrollo sostenible, y así la industria pueda ejercer su actividad económica sin comprometer los recursos sociales y ambientales de las futuras generaciones. (Torres, 2013)

La responsabilidad social empresarial es voluntaria, las empresas adoptan voluntariamente un comportamiento socialmente responsable yendo más allá de las obligaciones que les impone la ley, forma parte integrante de la gestión de la empresa, es sistémica no ocasional, guarda relación con el desarrollo sostenible. (OIT, 2010)

de las futuras generaciones.

En la Constitución política de 1991 de Colombia, en los códigos legales, en los tratados internacionales firmados y en los convenios transnacionales con las ONG's, se encuentran incluidos los principios del desarrollo sostenible, de manera que se ha hecho común en las empresas y en la comunidad en general, convirtiendo este desarrollo en una máxima a seguir. En la (figura 2) se resume su finalidad y razón de ser:

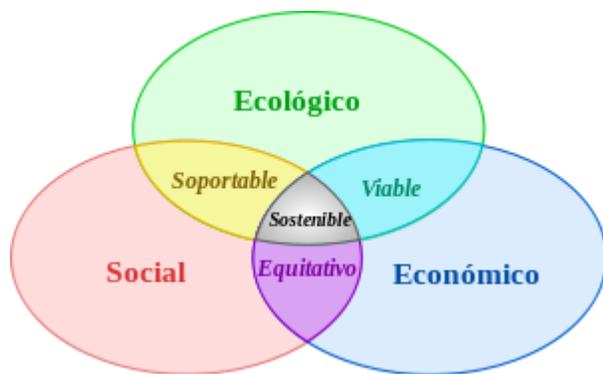


Figura 2. Desarrollo sostenible

Fuente: (Johann, 2015)

Paisaje Cultural Cafetero: El Paisaje Cultural Cafetero está ubicado en la Cordillera de los Andes, entre el centro y el Oriente, y fue catalogado patrimonio el 25 de junio del 2011. En el presente, es considerado un corredor indispensable para la conservación y estabilidad de la biodiversidad mundial, el paradigma perfecto de cómo los colombianos aprovechan y cuidan su territorio. Básicamente, está conformado por 47 municipios y 411 veredas y en lo que se denominó su área de amortiguamiento por cuatro municipios y 447 asentamientos de los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca. Además, cuenta con un relieve, clima y suelos ideales para el cultivo de frutas y verduras, pero en especial para el cultivo del café, de ahí su epíteto: Paisaje Cultural Cafetero.

5.3 Marco Normativo

De acuerdo a un análisis de las reglas del juego para las empresas hoteleras, se halló que existen unas normas ISO y unas leyes y resoluciones que fundamentan las actividades de quienes presentan servicios de alojamiento a turistas y viajeros. Los más importantes se pueden observar en la (Tabla 1):

Tabla 1. Marco Normativo

Normas	Leyes, resoluciones y decretos
<ul style="list-style-type: none"> • NTC (norma técnica Colombiana) 5133, etiquetas ambientales sello ambiental colombiano para establecimientos de alojamiento y hospedaje. Su propósito es promover la oferta y demanda de productos y servicios que causen menor impacto en el ambiente, mediante la comunicación de información verificable y exacta, no engañosa sobre aspectos ambientales para estimular el mejoramiento ambiental continuo impulsado por el mercado. <p>Norma ISO 14001 – 2015 de sistemas de gestión ambiental, certifica a las organizaciones que obtengan un sistema de gestión ambiental eficaz que tiene como fin proteger el medio ambiente y responder a las condiciones ambientales.</p> • Norma ISO 5001, norma internacional del sistema de gestión de la energía. Su propósito es que las organizaciones tengan una herramienta que permita la reducción de consumos de energía, costos financieros e impactos al medio ambiente. Disminuyendo el efecto invernadero reduciendo la contaminación de CO2 (dióxido de carbono) y pasando a energías alternativas como la energía solar y la energía eólica. • Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 002 establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Información a clientes, atención de sugerencias y reclamaciones de acuerdo a las políticas de servicio, 2003. Con el fin de recibir los aportes de los huéspedes que ingresan a los hoteles, contribuyendo a la mejora respecto a las quejas y reclamaciones recibidas por parte de ellos. • Norma ISO 26000 2010, Guía sobre responsabilidad social. Su propósito es ser un primer paso para ayudar a todo tipo de organizaciones tanto del sector público como privado a considerar la implementación de la Norma ISO 26000 como una forma de alcanzar los beneficios de operar de manera socialmente responsable. • Norma S.A 8000, certificación voluntaria creada por una organización estadounidense llamada Responsabilidad Social Internacional con el propósito de promover mejores condiciones laborales, basada en acuerdos internacionales sobre condiciones laborales, en las cuales incluyen temas como la justicia social, derecho de los trabajadores Etc. • Norma 18001 OHSAS, norma generada para ayudar a las empresas a mejorar de manera continua con la implementación de sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resolución 185 de 2008, por la cual se reglamenta el manejo y aprovechamiento sostenible de los bosques naturales y las plantaciones protectoras – productoras y protectoras de guadua, caña brava y bambú y se adoptan los términos de referencia para la elaboración de los respectivos planes de manejo forestal. • Ley 1021 de 2006 La presente ley tiene por objeto establecer el Régimen Forestal Nacional, conformado por un conjunto coherente de normas legales y coordinaciones institucionales, con el fin de promover el desarrollo sostenible del sector forestal colombiano en el marco del Plan Nacional de Desarrollo Forestal. A tal efecto, la ley establece la organización administrativa necesaria del Estado y regula las actividades relacionadas con los bosques naturales y las plantaciones forestales. • Decreto 463, consiste en un ajuste a la renta exenta del sector hotelero donde los hoteles cuya construcción se inicia antes del 31 de diciembre de 2017 obtenidas por el establecimiento hotelero estarán exentas del impuesto sobre la renta por un término de 30 años. • Decreto 1076 de 2015, su objetivo es racionalizar las normas de carácter reglamentario que rigen el sector ambiente donde se orienta y se regula el ordenamiento ambiental del territorio, definiendo políticas de recuperación, conservación, protección, ordenamiento, manejo, uso y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables, con el fin de asegurar el desarrollo sostenible.

Fuente: elaboración propia

6. Metodología

6.1 Enfoque y Tipo de investigación

Según los objetivos y alcances del estudio, se propone un enfoque de tipo cuantitativo entendiendo este como “método que usa la recolección de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Y será de tipo descriptivo, la cual según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014):

Sirve para preparar el terreno y por lo común anteceden a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos. Los estudios descriptivos —por lo general— son la base de las investigaciones correlacionales, las cuales a su vez proporcionan información para llevar a cabo estudios explicativos que generan un sentido de entendimiento y son altamente estructurados. (p.76)

De esta manera, se busca conocer la responsabilidad social que tienen las pequeñas y medianas empresas hoteleras en los municipios de Villamaría y Palestina del departamento de Caldas.

6.2 Población

Se acogió trabajar con los municipios de Villamaria y Palestina del departamento de Caldas que hacen parte de los 17 municipios inscritos en el PCC. De acuerdo con el registro obtenido de la Cámara de Comercio de Manizales que nos dieron los datos del municipio de Villamaria y la Cámara de Comercio de Chinchiná que nos facilitaron los datos de Palestina, se evidencio un total de 17 empresas hoteleras (12 de Villamaria y 5 de Palestina) a 31 de diciembre de 2017. Posteriormente para conocer de esas 17 empresas cuáles corresponden a Pequeñas y medianas, se hizo la clasificación según los tamaños empresariales estipulados en la Ley 905 de 2004, donde:

1. Mediana empresa: a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña empresa: a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes. (El Congreso de Colombia. Ley 905 de 2004 , 2004)

Para el 2017 el Salario mínimo mensual legal vigente (SMMLV) equivale a \$737.717, haciendo la conversión una Pequeña puede tener en activos entre \$369'596.217 a \$3.688'585.000 y una Mediana entre \$3.689'322.717 a \$22.131'510.000.

Al hacer la clasificación de los tamaños se pudo identificar 5 pequeñas y 2 medianas en Villamaria, y 1 pequeña en Palestina, como se observa en la (Tabla 2) a continuación:

Tabla 2. Base de la Cámara de comercio sobre empresas hoteleras

		Categorizado					
MUNICIPIO	TOTAL HOTELES POBLACIÓN URBANA y RURAL	Micro	pequeña	Mediana	Grande	Total	
1	Villamaria	12	5	5	2	0	12
2	Palestina	5	4	1	0	0	5
	Total, por tamaño		9	6	2	0	17

Fuente: elaboración propia

Por lo tanto, la población objeto de estudio son 7 empresas hoteleras en Villamaria y 1 en Palestina, en total 8 empresas, por lo que se trabajará con el total de la población, debido a no se requiere una muestra al ser la población un tamaño considerable. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Al tener las organizaciones definidas, se hizo la caracterización general con la razón social y activos fijos de cada una como se presenta en la (Tabla 3), y en las (Tablas 4 y 5) se evidencia las especificaciones de cada una por municipio.

Tabla 2. Caracterización de las empresas pequeñas y medianas de Villamaría y Palestina según activos fijos para el año 2017

Categorizado (Nombre de la empresa y activos)						
	Municipio	total hoteles población urbana y rural	Pequeña	Mediana	Grand e	Total
2	Villamaria		5	2	0	7
		1	Restaurante tierra viva: \$545.141.918	BODAS DE PLATA TERMALES EL OTOÑO: \$4.349.238.923		
		2	Ecotermes el otoño: \$797.693.464	TERMALES EL OTOÑO HOTEL Y CENTRO DE CONVENCIONES: \$13.150.268.913		
		3	Operador turístico Ecotermes el otoño S.A.S: \$809.594.028			
		4	granja pinares S.A.S: \$987.105.467			
		5	Hotel termes del Ruiz: \$1.285.232.337			
2	Palestina		1	0	0	1
		1	Eco hotel centro de convenciones l.t.d.a			

Fuente: elaboración propia

Tabla 3. Caracterización de las empresas hoteleras en Villamaría

VILLAMARIA					
Razón Social	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2	Email	Nombre Propietario
Restaurante Tierra Viva: \$545.141.918	Vereda Gallinazo	8743089	3206816161	gerencia@termes tierraviva.com	Hotel Termes Tierra Viva S.A.S
Ecotermes El Otoño: \$797.693.464	Km 5 Antigua Vía Al Nevado (Vereda Gallinazo)	8740280		contador@termes selotono.com	Hotel Termes El Otoño S.C.A
Operador Turístico Ecotermes El Otoño S.A.S: \$809.594.028	Km 5 Antigua Vía Al Nevado (Vereda Gallinazo)	8743164		contabilidadecotermes@gmail.com	Operador Turístico Ecotermes El Otoño S.A.S

Granja Pinares S.A.S: \$987.105.467	Vereda Rincón Santo	3165324882		granja_pinaras@hotmail.com	Granja Pinares S.A.S
Hotel Termale Del Ruiz: \$1.285.232.337	Paraje De Termale Jurisdicción Del Municipio De Villamaria Dpto.	8930300		contabilidad@hotelcarretero.com	Inversiones Gfl S.A.
Bodas De Plata Termale El Otoño: \$4.349.238.923	Km 5 Antigua Vía Al Nevado Lote 2	8740280		contador@termale selotono.com	Bodas De Plata Termale El Otoño S.A.S
Termale El Otoño Hotel Y Centro De Convenciones: \$13.150.268.913	Km 5 Antigua Vía Al Nevado (Vereda Gallinazo)	8740280		contador@termale selotono.com	Hotel Termale El Otoño S.C.A

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Empresas hoteleras en Palestina

PALESTINA					
RAZON SOCIAL	DIRECCIÓN	TELEFONO 1	TELEFONO 2	EMAIL	NOMBRE PROPIETARIO
Ecotel Centro De Convenciones L.T.D.A	Km 7 Vía Chinchiná Santagueda Vereda La Muleta Municipio De Palestinas- Caldas	3108328556		gerenciapalestinaecotel@gmail.com	Palestina Ecotel Centro De Convenciones Ltda.

Fuente: elaboración propia

Sin embargo, al momento de verificar la información, se presentó el inconveniente de La Granja Pinares, la cual estaba por esas épocas sin actividad, así que al final quedó, en Villamaría, Restaurante tierra viva, Bodas de plata termale el Otoño, Ecotermale el Otoño, Termale el Otoño Hotel y centro de Convenciones, Operador Turístico termale el Otoño y Hotel Termale del Ruiz; y por Palestina Ecotel centro de Convenciones L.T.D.A de palestina. **El total: 7 empresas hoteleras 6 en Villamaría y 1 en Palestina.**

6.3 Instrumento de recolección

La fuente primaria para la recolección de la información del macroproyecto será una encuesta como método de recolección de información, aplicada en este caso a las empresas hoteles de Villamaria y Palestina. La cual, permite una acumulación casi sistémica de datos, en tanto logra obtener un flujo importante de información dentro de un amplio número de encuestados. En síntesis, constituye una descripción que orientará sobre las diferentes dimensiones o categorías planteadas, categorías que se irán explorando de manera secuencial (ver anexo 1).

7. Análisis y resultados

7.1 Identificación de los aspectos generales de responsabilidad social empresarial y compromiso ético de la de las pequeñas y medianas empresas hoteleras de los municipios de Villamaría y Palestina

En esta sección de los resultados, quedan especificados los aspectos más generales a partir de requisitos, conocimientos y protocolos de la RSE. En otras palabras, se busca reconocer si las empresas están al tanto del significado de la responsabilidad social empresarial, de la implementación de manuales de Responsabilidad Social, políticas asociadas a la RSE establecidas socializadas con los grupos de interés, existencia de estrategias o políticas del RSE dentro del plan estratégico, implementación de acciones en el marco de la norma ISO 26.001 y certificaciones con la cuales se cuenta actualmente. La (tabla 6) desglosa el asunto:

Tabla 5. Aspectos generales de la RSE

Aspectos Generales
Conocimiento Del Concepto De RSE Por Parte De Las Empresas
Implementación De Manuales De Responsabilidad Social
Políticas Asociadas A La RSE Establecidas Socializadas Con Los Grupos De Interés

Existencia de estrategias o políticas del RSE dentro del plan estratégico
Implementación de acciones en el marco de la norma ISO 26.001
Certificaciones con la cuales se cuenta actualmente

Fuente: (Santa, 2017)

A continuación están las respuestas de las empresas encuestadas, 6 de Villamaría y 1 de Palestina, desde distintos ángulos, a saber: conocimiento de la normatividad, conocimiento del concepto de responsabilidad social empresarial (RSE), estrategias, participación y demás.

Tabla 6. Conocimiento del concepto de RSE

¿La organización conoce el concepto de RSE?	Número	%
No, no sabemos qué es eso		0%
Alguna vez lo escuchamos		0%
Estamos apenas conociendo el concepto		0%
Estamos trabajando sobre el tema		0%
Sí, se tiene claridad en el tema	7	100%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

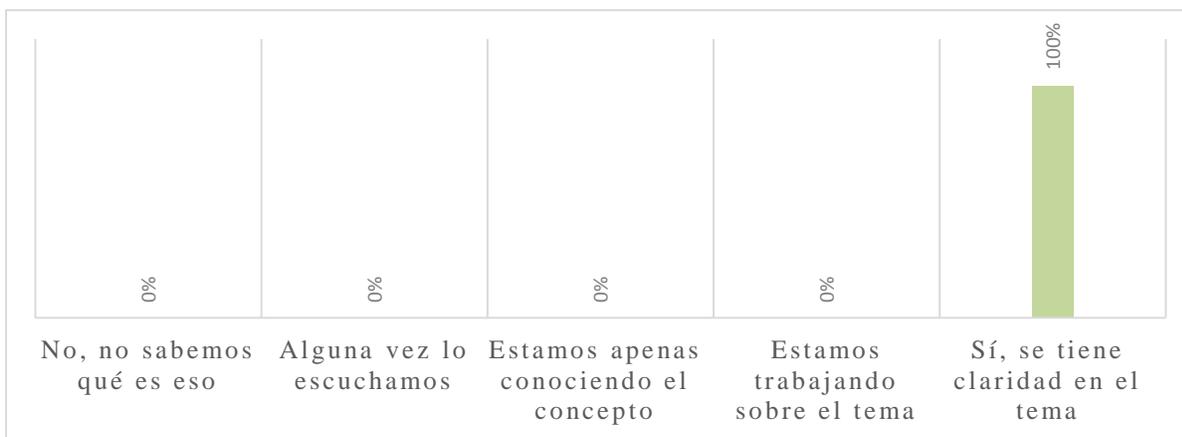


Figura 3. Porcentaje conocimiento del concepto de RSE

Fuente: elaboración propia

En la (Tabla 7 y Figura 3) se puede observar que el 100% de los hoteles encuestados conocen el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, argumentando concepciones como:

- “el hotel está comprometido con el entorno social, ambiental y el bienestar de sus empleados”.

- “Los beneficios que genera la Empresa de alguna manera o de forma positiva, sobre la sociedad, sobre sus empleados, cercanos a la Empresa, pero algo que no esté movido por el interés puramente económico sino por algo más trascendente”
- Es el compromiso que tiene la Empresa con el entorno social como con el ambiental.
- Todo lo que hace la Empresa para contribuir al medio ambiente, al bienestar de los Empleados, a la sociedad, entre otros.

Tabla 7. Implementación de Manuales de RSE

El hotel implementa un Manual de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).	Número	%
No, no sabemos qué es eso	1	14%
Alguna vez lo intentamos hacer		0%
Estamos pensando cómo hacerlo		0%
Ya estamos en ese proceso		0%
Sí, es una política empresarial	6	86%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

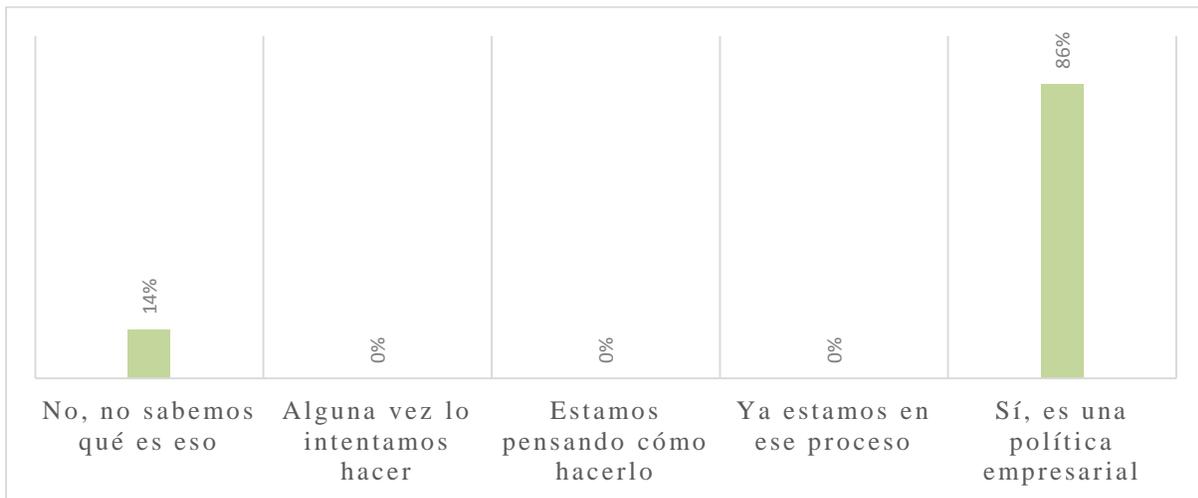


Figura 4. Implementación de Manuales de RSE

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar de los 7 hoteles encuestados el 14% no sabe que son los Manuales RSE, debido a la falta de una ley que obligue a la implementación, lo que evidencia la poca

conciencia social y compromiso con el medio ambiente, frente al 86% que implementan Manuales de Responsabilidad Social Empresarial y le tienen como política empresarial, sin embargo, no se realizó un análisis a dichos manuales, simplemente ésta pregunta se realizó con el fin de saber si implementan o no un manual de Responsabilidad social de manera descriptiva.

Tabla 8. Política o estrategia de RSE

Dentro del plan estratégico de la organización, hay una política o estrategia de RSE:	Número	%
Nunca se ha hecho		0%
Alguna vez lo hicimos		0%
Está en proceso de formulación		0%
Apenas se está comenzando a implementar		0%
Si, actualmente se cuenta con una estrategia	7	100%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

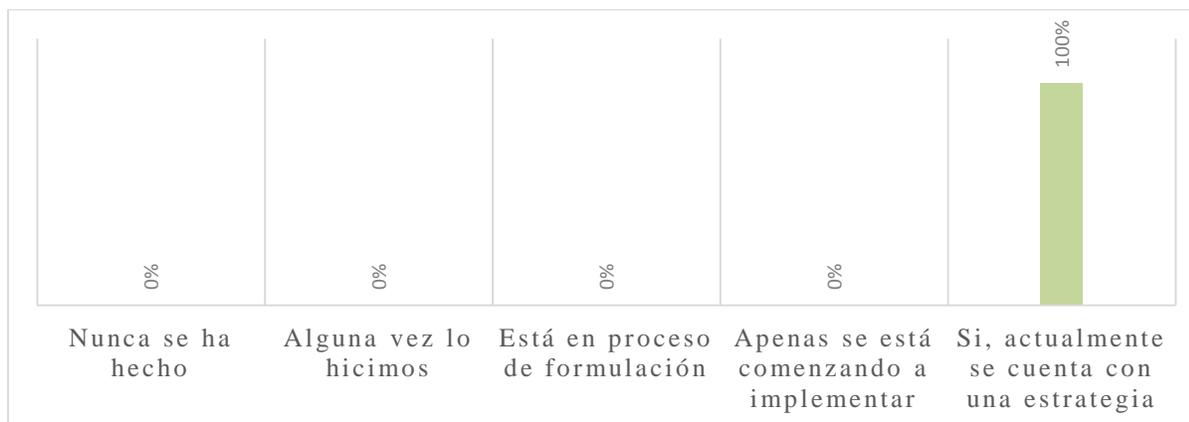


Figura 5. Política o estrategia de RSE

Fuente: elaboración propia

Según las respuestas de los gerentes de los hoteles mencionan que ellos implementan una política o estrategia RSE, algunas de ellas son:

- Para las veredas les brindan varios servicios sin costo alguno desde la Empresa, como la disponibilidad del Auditorio, se les brinda café.
- Servicios recreativos gratuitos para niños discapacitados.
- Sostenibilidad en cuanto a contribuir con la sociedad, aportes a fundaciones y a hospitales geriátricos.

- Sostenibilidad, incluida dentro de la Misión, Visión y Política de Calidad.
- Conocimiento, promoción, manejo de Paisaje Cultural Cafetero, Patrimonio de la Humanidad.
- Vinculación con el hogar de la tercera edad en el Municipio de Palestina
- Pertenecer a rutas del Paisaje Cultural Cafetero

Por lo tanto las empresas hoteleras encuestadas implementan acciones y estrategias de manera activa y voluntaria para el mejoramiento social, económico y ambiental, logrando mejorar su situación competitiva.

Tabla 9. Políticas establecidas por los hoteles

Políticas que tiene establecidas el hotel	Número	%
a. Política de apoyo y respeto a la protección de los derechos humanos.	5	71%
b. Política de apoyo a la libre asociación de los trabajadores.		0%
c. Política de no contratación de menores de edad o de trabajo forzoso.	6	86%
d. Política de prevención del acoso sexual y el hostigamiento.	7	100%
e. Política de protección y preservación del medio ambiente.	7	100%
f. Política en contra de la explotación sexual.	7	100%
g. Política de reciclaje o reutilización de desechos.	6	86%
h. Política de Buen Gobierno corporativo y Código de ética	1	14%
i. Política definida de Cultura Organizacional basada en valores socialmente responsable.	5	71%
j. Política para el fomento de una causa con donaciones directas o indirectas.	5	71%
k. Política de distribución y repartición de dividendos.	6	86%
l. Política de contratación con entidades proveedoras y subcontratistas.	6	86%
m. Política de evaluación periódicamente de los niveles de satisfacción de sus clientes e implementa Estrategias para la Fidelización y Retención de ellos (CRM).	7	100%
n. Otra	2	28%

Fuente: elaboración propia

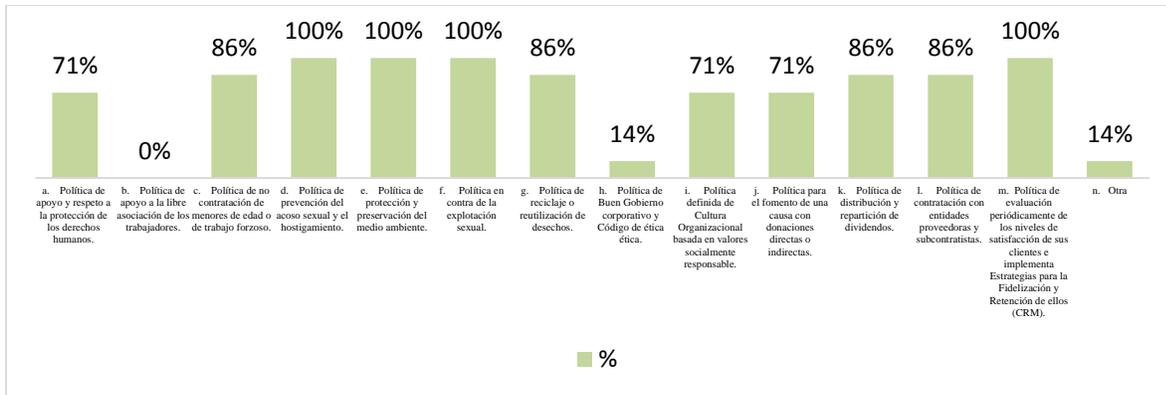


Figura 6. Políticas establecidas por los hoteles

Fuente: elaboración propia

Como se puede identificar en (tabla 10 y la Figura 6), todas las empresas hoteleras se enfocan en diferentes políticas, sin embargo, el 100% de los hoteles tienen en común cuatro de ellas, como son las de prevención y el acoso sexual y el hostigamiento, de protección y preservación del medio ambiente, política en contra de la explotación sexual y la de evaluación de satisfacción de clientes, mientras que algunas practican otras políticas, como la política Mundial de conservación, difusión del patrimonio cultural y la política de alianzas estratégicas con operadores on line.

Tabla 10. Norma I.S.O.26.001

El hotel implementa acciones de la Norma I.S.O. 26.001, sobre (Buenas prácticas socialmente responsables)	Número	%
No tiene conocimiento	2	28%
Más adelante lo haremos		0%
Vamos a iniciar pronto		0%
Ya iniciamos el proceso	1	14%
Estamos respaldados por la norma	4	58%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

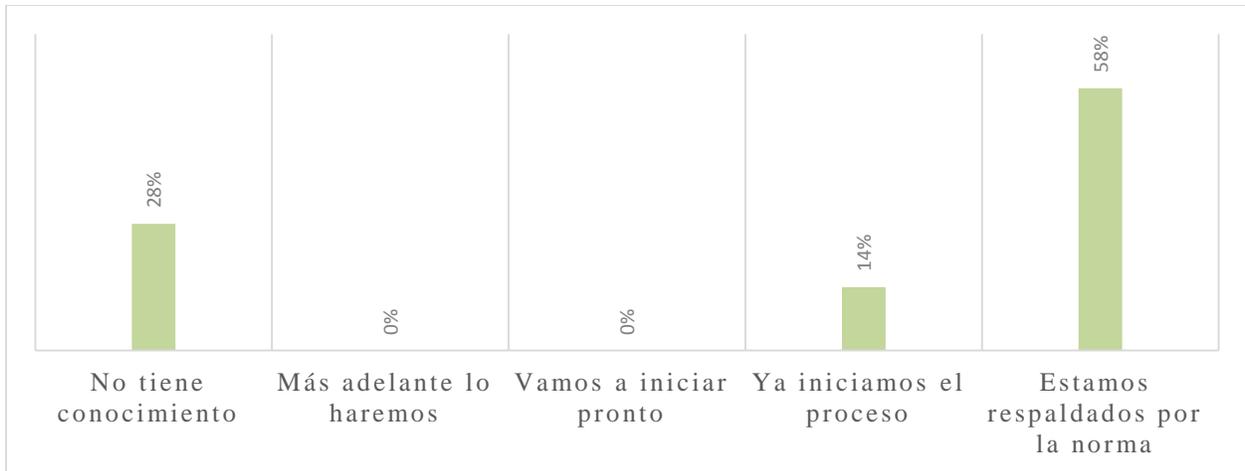


Figura 7. Norma I.S.O.26.001

Fuente: elaboración propia

Norma de la Organización Internacional de Normalización, que puede ser utilizada por todo tipo de organización, tanto privadas como públicas, y que tiene como fin ayudar a operar a las organizaciones de una manera socialmente responsable para que sus acciones contribuyan al Desarrollo Sostenible, siendo un tema que la sociedad exige cada vez más para que las generaciones futuras sean beneficiadas. Sin embargo es importante aclarar que la ISO 26001 “contiene guías voluntarias, no requisitos, y por lo tanto no es para utilizar como una norma de certificación como la ISO 9001:2008 y la ISO 14001:2004” (Cruz, 2010) .Así pues, según lo que plasma la (tabla 11) y la (figura 7), se observa que el 58% de los hoteles encuestados cumplen con los principios de la norma ISO 26.001, frente a un 28% que no tiene conocimiento de las acciones de dicha norma y un porcentaje del 24% que ya inicia el proceso.

Tabla 11. Certificaciones que poseen actualmente los hoteles

Certificaciones que posee actualmente el hotel:	Número	%
a. Norma técnica (NTC 150) I.S.O. 14001:2004. “ Sistema de gestión ambiental MINCIT ”. ¿Fecha certificación?_____		0%
b. Norma I.S.O. 18.001 (OHSAS.), que reglamenta la auditoria en buenas prácticas laborales en Salud Ocupacional y Seguridad industrial laboral? ¿Fecha certificación?_____		0%

c. Norma SA.8000, que audita el tema de derechos humanos, basada en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales, que incluye justicia social y los derechos de los trabajadores. Certifica la SAI (Social Accountability International - Responsabilidad Social Internacional). ¿Fecha certificación?_____		0%
d. Otra	6	86%
e. Ninguna	1	14%
Total		100%

Fuente: elaboración propia

Nota: Las Empresas pueden elegir varias opciones

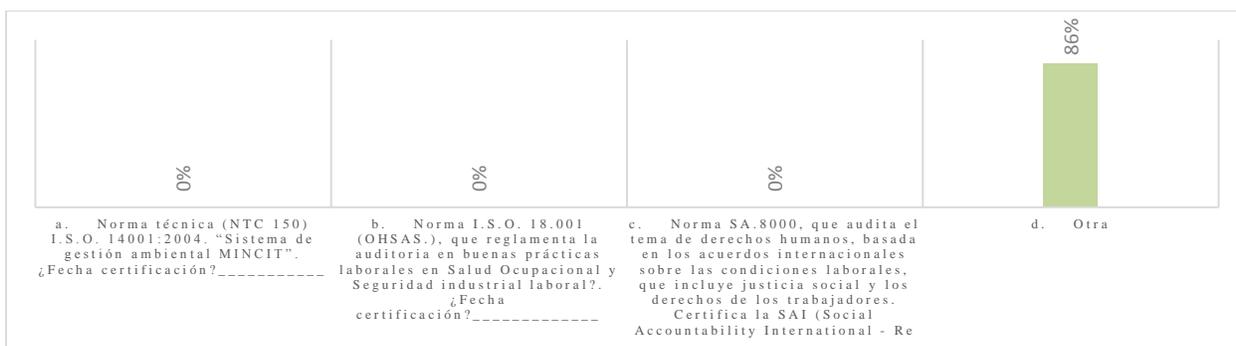


Figura 8. Certificaciones que poseen actualmente los hoteles

Fuente: elaboración propia

Como es evidente en la (tabla 12) y (la figura 8) el 100% de las empresas hoteleras no se encuentran certificados por ninguna de las normas anteriormente mencionadas. Sin embargo, el 86% de las empresas hoteleras implementa otras normas como las siguientes:

- NTS 002 – Establecimientos de alojamiento y Hospedaje. Requisitos de sostenibilidad
- NTSH Normas Técnicas Sectoriales Hoteleras
- ISO 9001 Gestión de Calidad

7.2 Descripción según las dimensiones económica, social y ambiental de la RSE de los aspectos internos y externos que desarrollan las pequeñas y medianas empresas hoteleras de los municipios de Villamaría y Palestina, pertenecientes al Paisaje Cultural Cafetero

A continuación quedan descritos los aspectos internos y externos de las pequeñas y medianas empresas hoteleras de los municipios de Villamaría y Palestina, según las dimensiones económica, social y ambiental de la RSE. Con esto, se busca reconocer qué proyectos adelantó o

adelantan las empresas en dichas dimensiones de la RSE. O sea , qué tanto impulsan proyectos , realizan convenios, asociaciones o alianzas con organizaciones para promover la Educación Ambiental en la comunidad donde opera la firma, si existe apoyo a los sectores geográficamente incluidos en las Rutas del Paisaje Cultural Cafetero que contribuyan al fomento de la región como destino turístico, o si se gestan estrategias o actividades para la sostenibilidad de la fauna y flora , a la par con certificaciones con la cuales se cuenta en el presente. La siguiente tabla, (Tabla 13) resume los intereses del objetivo:

Tabla 12. Dimensiones Económica, Social y Ambiental

Dimensión Económica	Dimensión Social	Dimensión Ambiental
Interna	Interna	Interna
Requisitos legales para la prestación del servicio de alojamiento	Implementación de protocolos de selección y promoción para sus empleados	Definición de planes, objetivos y metas ambientales
Conocimiento de los beneficios tributarios derivados del decreto 463 de Marzo de 2016	Estrategias de motivación a empleados diferentes al pago de salarios	Programas de educación ambiental para colaboradores
Criterios legales y/o organizacionales que cumple la empresa	Implementación de canales de comunicación y negociación para cualquier tipo de inconformidad de los grupos de colaboradores organizados (sindicatos)	Procesos de administración verde desarrollados por la empresa
Gestión de presupuesto para inversión social y ambiental	Actividades de recreación patrocinadas para los colaboradores y sus familias	Impactos que el hotel identifica al medio ambiente, para realizar prácticas de prevención
Incentivos económicos o auxilios para los colaboradores	Formas de apoyo a los colaboradores con cercano ingreso a jubilación	Conocimiento de leyes ambientales nacionales en turismo por parte de las empresas
EXTERNA	EXTERNA	EXTERNA
Participación en el desarrollo de planes y proyectos que promuevan el turismo en la región	Acciones propias o gremiales realizadas para contribuir a la generación de condiciones que permitan la expansión del espíritu empresarial de la región	Desarrollo en forma voluntaria de acciones y programas para preservar el Medio Ambiente e incentivar y promover los valores sociales del Paisaje Cultural Cafetero

Valores de excepcionalidad del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia representativos para la organización	las áreas de atención que la empresa establece voluntariamente para realizar inversión en programas de apoyo a comunidades que hacen parte del PCC para mejorar su calidad de vida	Programas de prevención de contaminación
Acreditación de marcas asociadas al Paisaje Cultural Cafetero de Colombia	Realización de balance social anual	Realización de convenios, asociaciones o alianzas con organizaciones para promover la Educación Ambiental en pro de la conservación del PCC en la comunidad donde opera la empresa o con región en general
Criterios para los procesos de negociación con entidades financieras, proveedoras y subcontratistas	Adquisición de café de las fincas productoras provenientes de las zonas establecidas en el PCC	Participación en comités, consejos o encuentros locales, regionales o nacionales para identificar, proteger, conservar, rehabilitar y transmitir a las generaciones futuras conocimiento y apropiación social del PCC o para discutir temas de conservación ambiental
Realización de alianzas estratégicas	Apoyo a los sectores geográficamente incluidos en las Rutas del Paisaje Cultural Cafetero que contribuyan al fomento de la región como destino turístico	Desarrollo de programas y actividades que contribuyen a la conservación del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) y al mismo desarrollo sostenible de la región
Reconocimientos empresariales por la gestión de la organización		

Fuente: (Santa, 2017)

A continuación se describen las variables según las categorías:

7.2.1 Aspectos sobre la Dimensión Económica de la RSE. E - INTERNA.

Tabla 13. Conoce los beneficios decreto 463 de marzo 2016

¿Conoce los beneficios tributarios otorgados para la hotelería según decreto 463 de Marzo de 2016?, por el cual se reglamenta la renta exenta de los servicios hoteleros prestados por hoteles construidos entre el 1° de Enero de 2003 y el 31 de Diciembre de 2017, indicando que estarán exentas del impuesto sobre la renta por un término de 30 años, contados a partir del año gravable en el que se inician las operaciones.	Número	%
No los conocemos		0%
Alguna vez escuchamos de ellos		0%
Está en proceso de implementarse		0%

Apenas se está comenzando a implementar		0%
Si, actualmente se cuenta con los beneficios	7	100%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

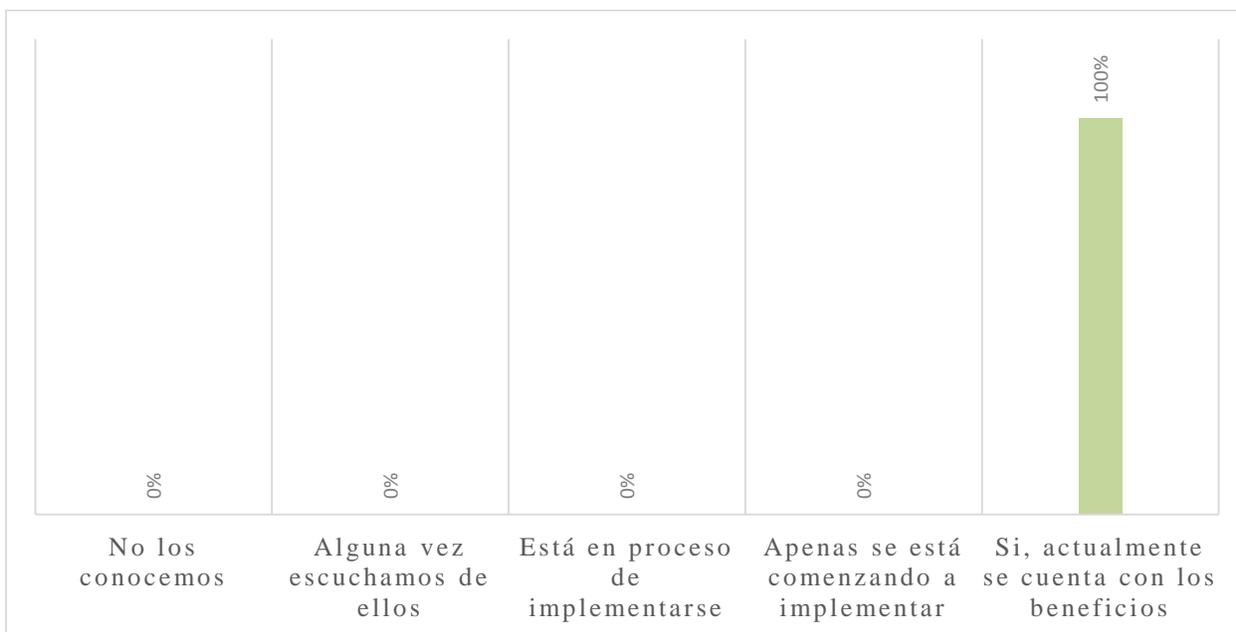


Figura 9. Conoce los beneficios del decreto 463 de marzo 2016

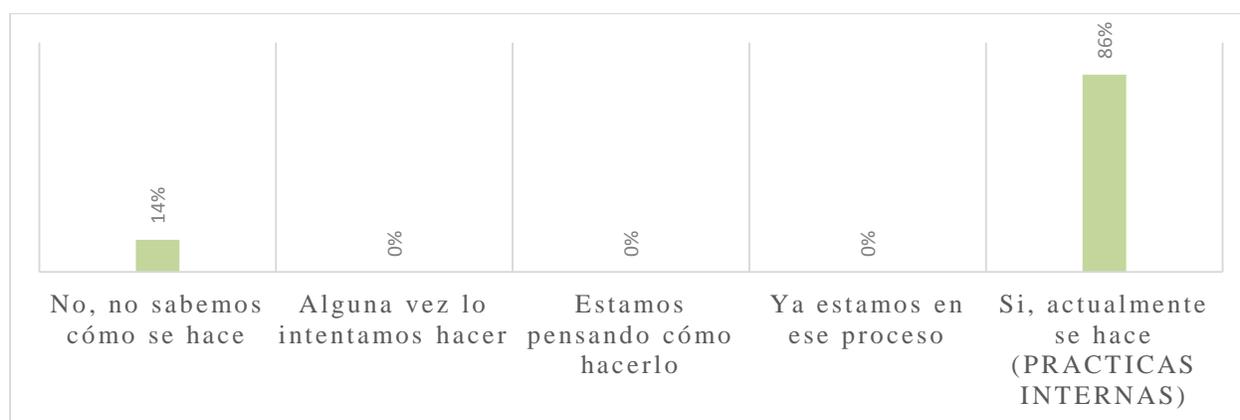
Fuente: elaboración propia

El Decreto 463 de Marzo 2016 por el cual se reglamenta la renta exenta de los servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles construidos entre el 1 de enero de 2003 y el 31 de diciembre de 2017, indicando que estarán exentas del impuesto de la renta por un término de 30 años contados a partir del año gravable en el que se inician las operaciones., de modo tal que es claro en la (tabla15, figura 10) que el 100% de los hoteles actualmente cuenta con los beneficios tributarios otorgados para la hotelería según este decreto. Este incentivo ayudará a que las empresas puedan enfocar sus prácticas a un desarrollo social y ambiental.

Tabla 14. Inversión social y ambiental

La empresa gestiona desde el presupuesto un rubro para Inversión social y ambiental	Número	%
No, no sabemos cómo se hace	1	14%
Alguna vez lo intentamos hacer		0%
Estamos pensando cómo hacerlo		0%
Ya estamos en ese proceso		0%
Si, actualmente se hace	6	86%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

**Figura 10.** Inversión social y ambiental

Fuente: elaboración propia

En cuanto a la (tabla 17, figura 12) en lo que se refiere a la destinación de recursos para inversión social y ambiental, el 86% de las empresas hoteleras actualmente lo hace, lo que es una gran ventaja frente a aquellas empresas que no se preocupan por el entorno, por consiguiente esto las convierte en empresas más rentables y más sostenibles. El 14% manifiesta no saber cómo hacerlo.

Tabla 15. Incentivos económicos a colaboradores

El hotel cuenta con un sistema de incentivos económicos o auxilios para los colaboradores en diferentes casos, sin importar su vinculación laboral o su área de desempeño, márquelos con una X:	Número	%
a. Participación accionaria o división de las utilidades.		0%
b. Bonificaciones.	6	86%
c. Auxilio por Calamidad doméstica.	5	71%
d. Auxilio por Educación.	4	57%
e. Auxilio por Matrimonio.	1	14%
f. Auxilio por Maternidad.	2	28%
g. Otro	1	14%

Fuente: elaboración propia

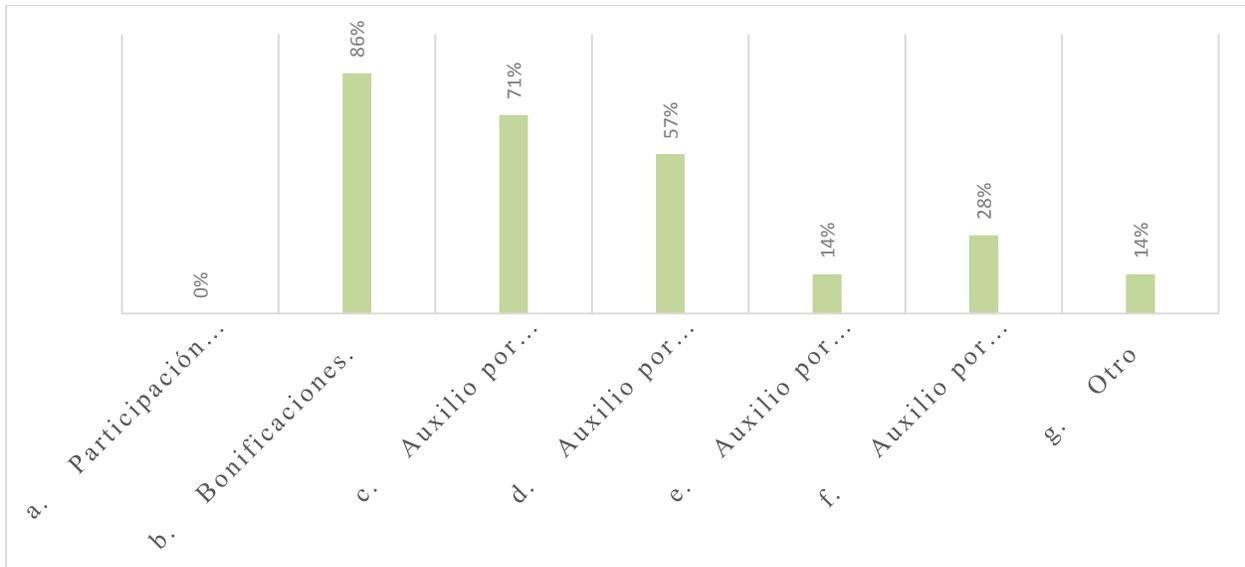


Figura 11. Sistema de incentivos económicos a colaboradores

Fuente: elaboración propia

En el momento de realizar ésta pregunta nos dimos que cuenta que todas empresas hoteleras encuestadas cuentan con incentivos económicos para sus colaboradores, sin importar su vinculación laboral o área de desempeño, de ésta manera se genera una sana competencia entre los empleados, se logran alcanzar objetivos con calidad y mayor satisfacción, de manera que las empresas cuentan con los siguientes incentivos tal como se ilustra en la (tabla 18, figura 13):

El 86% cuenta con bonificaciones; el 71% con auxilio por calamidad doméstica, auxilio por educación del 57%, auxilio de maternidad de un 28%, mientras que el 14% cuenta con auxilio de matrimonio e implementa un plan de bienestar laboral. Sin embargo, ninguna de las empresas hoteleras cuenta con el sistema de participación accionaria o división de utilidades.

7.2.2 Aspectos sobre la Dimensión Económica de la RSE EXTERNA

Tabla 16. Planes y proyectos que promuevan el turismo en la región

El hotel participa en el desarrollo de planes y proyectos que promuevan el turismo en la región.	Número	%
Nunca se ha hecho		0%
Alguna vez lo hicimos		0%
Está en proceso de diseño		0%
Casi siempre se hace		0%
Si, actualmente se hace	7	100%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

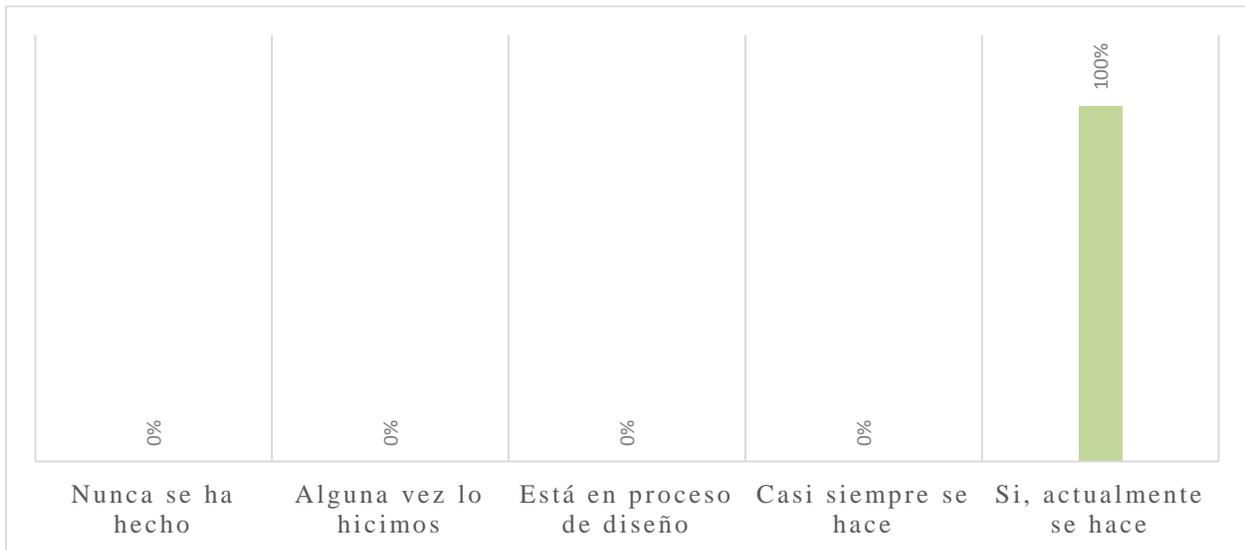


Figura 12. Planes y proyectos que promuevan el turismo en la región

Fuente: elaboración propia

Dentro de los aspectos sobre la Dimensión Económica de RSE en la parte Externa, como lo evidencian la (tabla 19, figura 14), el 100% de los hoteles encuestados participan en el desarrollo de planes y proyectos que promueven el turismo en la región, y su presencia se enfoca en proyectos convocados por Cámara y Comercio, el Municipio y la Gobernación.

Por otro lado, las empresas hoteleras gestionan convenios con constructoras y agencias de viajes, y a la vez hacen trabajo mancomunado con proveedores de servicios hoteleros y

participan en ferias, fiestas, paisaje cultural cafetero, además de vinculación internacional con un proyecto de Turismo de bienestar que se replica en la región.

Tabla 17. Valores excepcionales del PCC

De los cuatro (4) valores de excepcionalidad del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCC), seleccionen cuáles son los más representativos para su organización:	Número	%
a. Esfuerzo humano familiar que ha pasado de generación en generación, para producir un café de excelente calidad.	6	86%
b. Cultura cafetera para el mundo.	6	86%
c. Capital Social estratégico.	6	86%
d. Conservación y equilibrio entre tradición y tecnología para garantizar la calidad y sostenibilidad.	7	100%

Fuente: elaboración propia

Nota: Los hoteles pueden elegir varias opciones

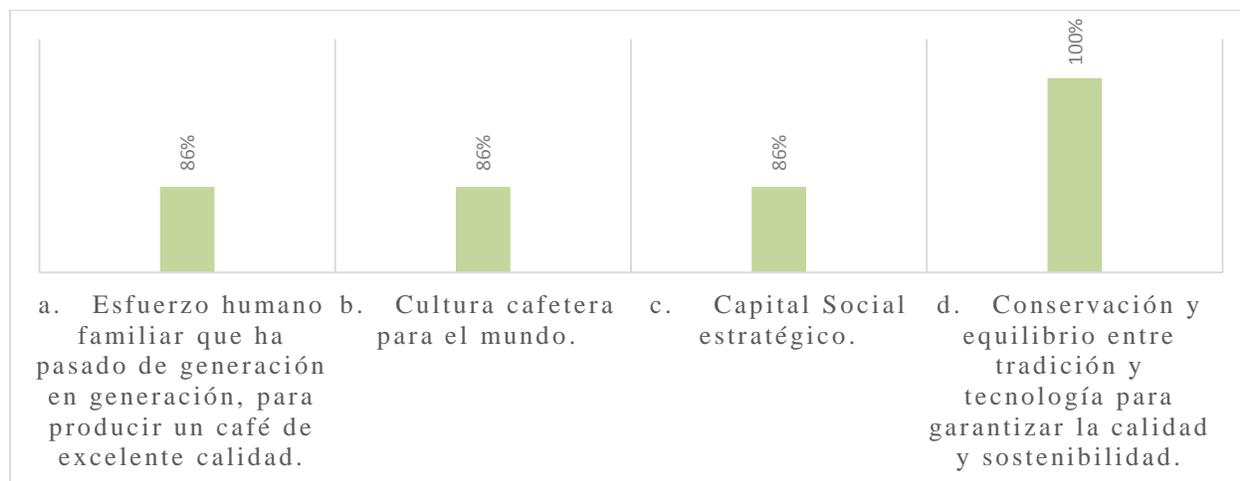


Figura 13. Valores excepcionales del PCC

Fuente: elaboración propia

Para la postulación del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCC) como patrimonio mundial se tomaron como base cuatro valores que determinan la excepcionalidad del PCC, siendo importante conocer cuáles de ellos son los más representativos para los hoteles. Según la (tabla 20, la figura 15), entonces, es claro que el 100% de las empresas hoteleras mencionó que el valor más representativo es el de la conservación y equilibrio entre tradición y tecnología para

garantizar la calidad y sostenibilidad; con respecto a los otros tres valores se evidencia que el 86% de los hoteles los consideran representativos.

Tabla 18 . Cuenta con el sello de la marca de las rutas del PCC

La “Marca de Las Rutas del Paisaje Cultural Cafetero”, iniciativa regional para promocionar y posicionar los diferentes atractivos turísticos y culturales de la Zona Cafetera del PCC, con el fin de que las empresas puedan vender sus planes de viajes.	Número	%
No tiene conocimiento	5	72%
Más adelante lo haremos		0%
Vamos a iniciar pronto		0%
Ya iniciamos el proceso		0%
Estamos respaldados por el sello	2	28%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

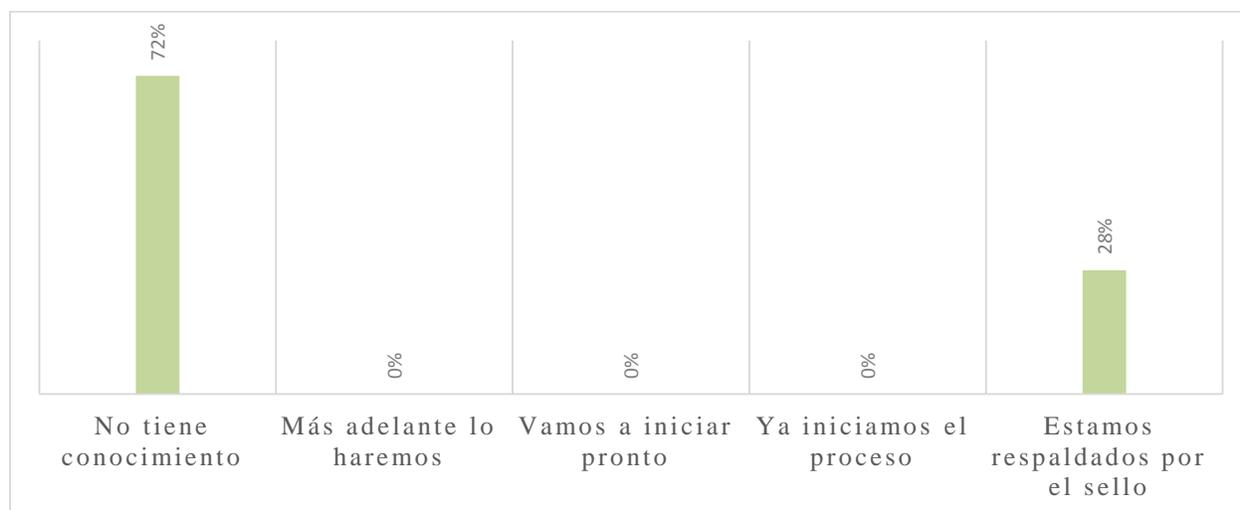


Figura 14. Cuenta con el sello de la marca de las rutas del PCC

Fuente: elaboración propia

Se percibe en la (tabla 21, figura 16) que el 28% de los hoteles se encuentran respaldados con el sello de la ‘Marca de las Rutas del Paisaje Cultural Cafetero’, entendiendo que es una iniciativa regional para promocionar y posicionar los diferentes atractivos turísticos y culturales de Zona Cafetera del PCC, con el fin de que las empresas puedan vender sus planes de viajes.

Sin embargo, el otro 72% de los hoteles encuestados no cuentan con el Sello por no tener conocimiento.

Tabla 19. Cuenta con el sello de calidad marcas café del PCC

El hotel si aparte de hotelería desarrolla el cultivo de su propio café, cuenta con el sello de “Calidad Marcas - Café del PCC- Para agricultores”.	Número	%
No tiene conocimiento	7	100%
Más adelante lo haremos		0%
Vamos a iniciar pronto		0%
Ya iniciamos el proceso		0%
Estamos respaldados por el sello		0%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

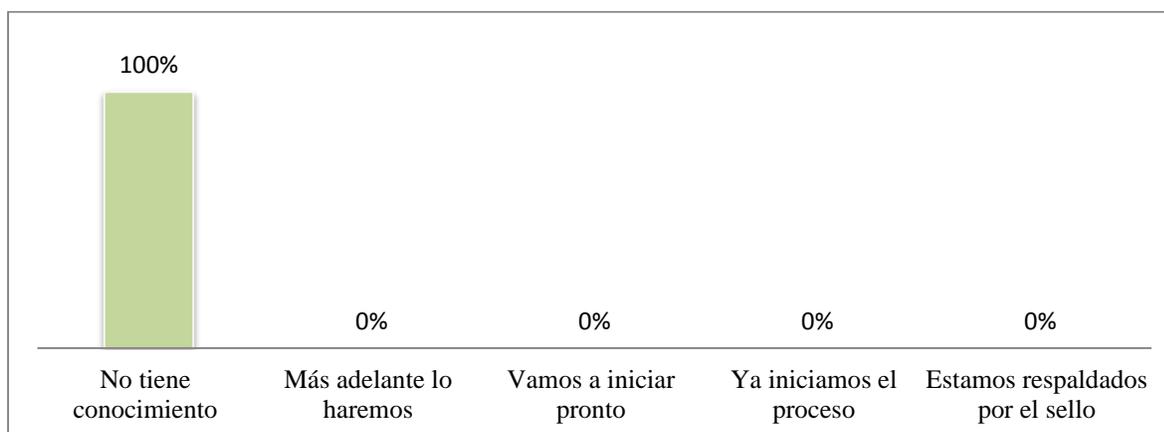


Figura 15. Cuenta con el sello de calidad marcas café del PCC

Fuente: elaboración propia

En la (tabla 22, figura 17), el 100% de los hoteles encuestados no tienen conocimiento, por tanto no cuentan con el sello de “Calidad de Marcas”-Café, el 43 % de ellos no lo exigen a sus proveedores y un 57% si se los exige.

Tabla 20. Criterios para procesos de negociación con acreedores, proveedores y subcontratistas

Criterios que tiene en cuenta el hotel en los procesos de negociación con entidades financieras, proveedoras y subcontratistas:	Número	%
a. Utiliza criterios económicos y de prácticas socialmente responsables para seleccionar a las entidades con las que trabaja.	7	100%
b. Verifican que cumplan con su misma filosofía de responsabilidad social.	2	28%
c. Incorporación en actividades de mejora en procesos y servicios.	6	86%
d. Negociación de las condiciones de pago en base a criterios prefijados.	7	100%
e. Cumplimiento de las condiciones de pago acordadas, e incluso en varias ocasiones se paga con anticipación al plazo acordado, de tal forma que mejora la relación con ellos.	6	86%
f. Gestiona la información que se deriva del control de las colaboraciones.	2	28%
g. Contrata con organizaciones que demuestran Condiciones de Trabajo Digno para sus empleados en la región.	7	100%

Fuente: elaboración propia

Nota: Los hoteles pueden elegir varias opciones

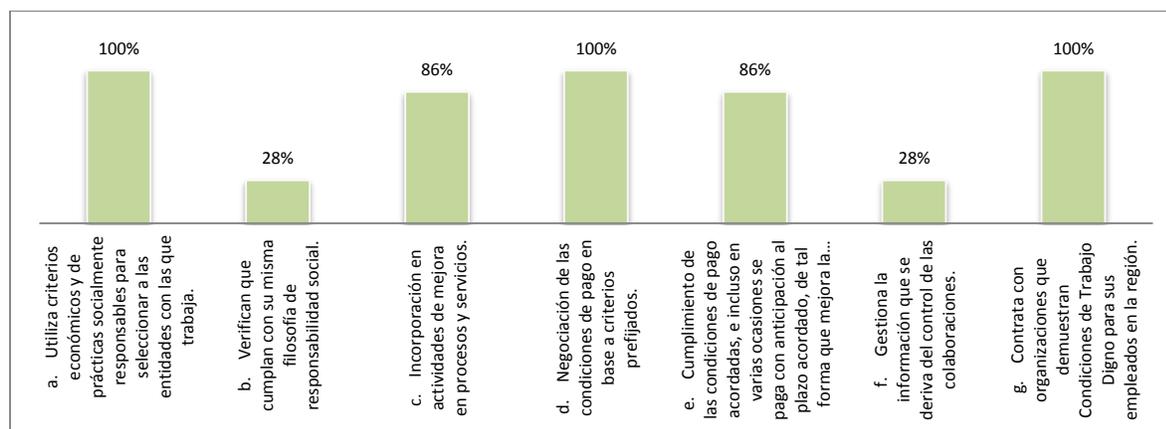


Figura 16. Criterios para procesos de negociación con acreedores, proveedores y subcontratistas

Fuente: elaboración propia

Se observa en la (tabla 23, figura 18) que los hoteles manejan criterios de negociación con entidades financieras, proveedores y subcontratistas. Además, el 100% realiza negociación de las condiciones de pago con base a criterios prefijados, el 86% corresponde al cumplimiento de las condiciones de pago acordadas de tal forma que mejora la relación con ellos, fuera de contratar con entidades que promueven el trabajo digno; el 100% utiliza criterios económicos y de

prácticas socialmente responsables para seleccionar las entidades con las que se va a vincular, mientras que el 86% incorporan actividades de mejora en procesos y servicios. Finalmente el 28% verifican que cumplan con su misma filosofía de responsabilidad social y gestionan la información que se deriva del control de las colaboraciones, sin embargo, ese 28% al inicio no esclarece cuál es su filosofía.

Tabla 21. El hotel realiza alianzas estratégicas con otras empresas

El hotel realiza alianzas estratégicas con otras empresas.	Número	%
Nunca se ha hecho		0%
Alguna vez lo hicimos	1	14%
Está en proceso de diseño		0%
Casi siempre se hace		0%
Si, actualmente se hace	6	86%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

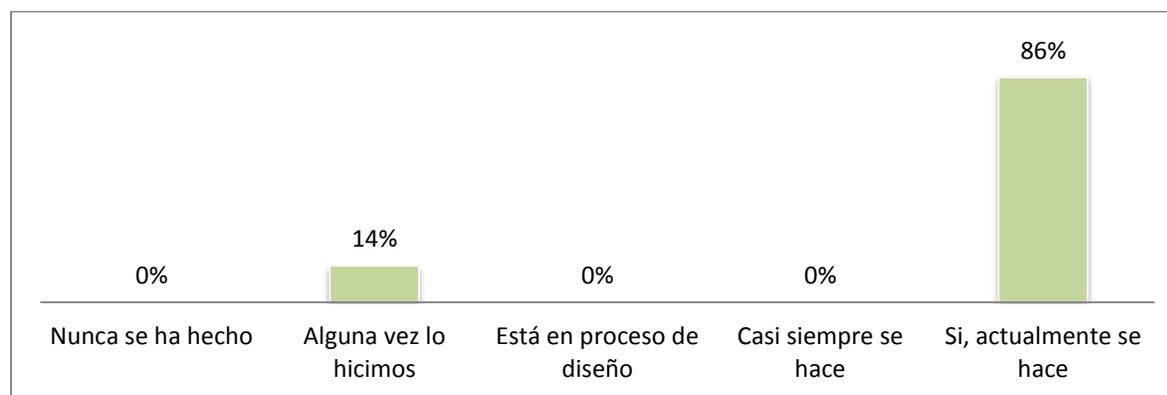


Figura 17. El hotel realiza alianzas estratégicas con otras empresas

Fuente: elaboración propia

Tanto la (tabla 24, figura 19) indican que el 86% de los hoteles encuestados realizan alianzas estratégicas con agencias de viajes, entidades de gobierno, empresas de marketing online y cooperativas; estas son alianzas para la cooperación que busca desarrollar proyectos económicos y sociales en conjunto con otras entidades. Sin embargo, el 14% de las empresas alguna vez lo hicieron.

Tabla 22. Reconocimientos empresariales por la buena gestión

El hotel ha recibido reconocimientos empresariales por la buena gestión.	Número	%
Nunca ha recibido	1	14%
Alguna vez recibimos		0%
Fue nominado en algún evento		0%
Casi siempre reciben reconocimientos		0%
Si, actualmente hemos recibido reconocimientos	6	86%
Total4	7	100%

Fuente: elaboración propia

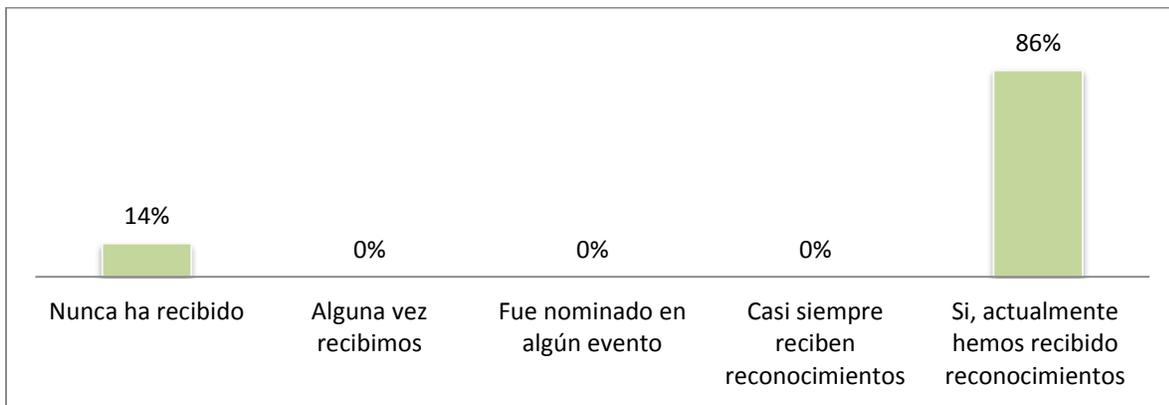


Figura 18. Reconocimientos empresariales por la buena gestión

Fuente: elaboración propia

Como se puede contemplar en la (tabla 25, la figura 20), el 86% de los hoteles encuestados han recibido reconocimientos empresariales por la buena gestión, estos son: reconocimiento por la feria que recibió Hotel Termale El Ruiz; premio Cafeto de Oro, premio Cóndor, orden de fundadores para el gerente y fundador de Palestina Ecohotel Centro de Convenciones y finalmente un reconocimiento por el Estado y la región a Hotel Termale El Otoño. Estos reconocimientos fortalecen la marca comercial de los hoteles contribuyendo a su reputación corporativa.

El 14% de la muestra no ha obtenido ningún reconocimiento.

7.2.3 Aspectos sobre la Dimensión Social de la RSE. INTERNA

Tabla 23. Protocolos de selección y promoción para sus empleados

¿El hotel implementa protocolos de selección y promoción para sus empleados, con base en sus capacidades profesionales, respetando sitios de origen, género y edad?	Número	%
Nunca se ha hecho		0%
Alguna vez lo hicimos		0%
Está en proceso de diseño		0%
Casi siempre se hace		0%
Si, actualmente se hace	7	100%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

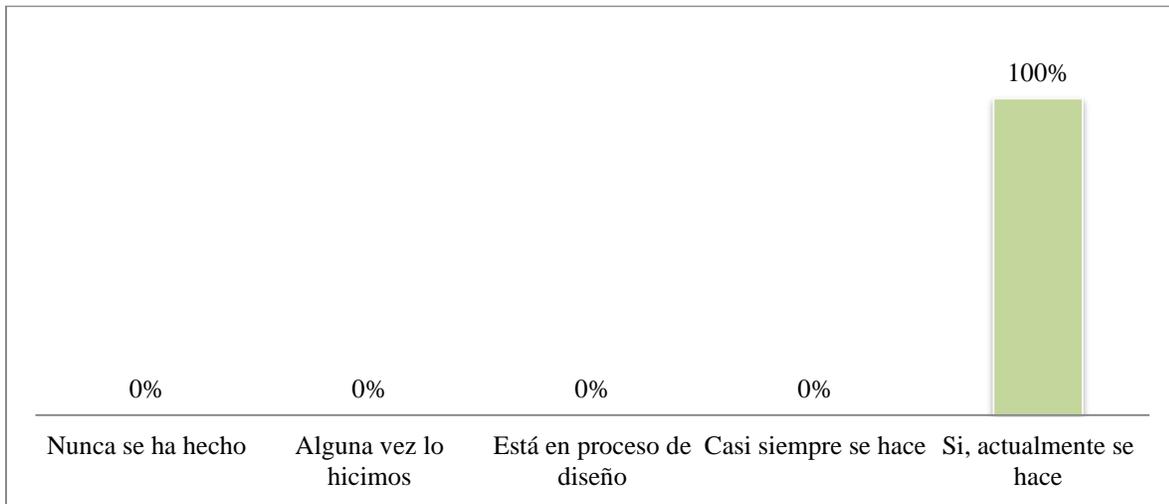


Figura 19. Protocolos de selección y promoción para sus empleados

Fuente: elaboración propia

Dentro de los Aspectos sobre la Dimensión Social de la RSE a nivel Interno, como lo muestra tanto (tabla 26, figura 21), el 100% de los hoteles encuestados actualmente implementa protocolos de selección y promoción para sus empleados con base en sus capacidades profesionales respetando sitios de origen, género y edad.

Tabla 24. Formas de motivación a empleados diferentes a salarios

Formas como el hotel motiva a sus empleados con estrategias diferentes al pago de salarios:	Número	%
a. Mecanismos para tomar las opiniones o sugerencias de los colaboradores respecto a solución de problemas, ideas innovadoras y mejoramiento de la calidad de vida de los mismos.	7	100%
b. Programas de apoyo a estudios técnicos y/o profesional con opciones de ascenso dentro y fuera de sus áreas de desempeño.	6	86%
c. Programas de orientación y entrenamiento a empleados de los diferentes niveles jerárquicos garantizando la incorporación de los valores y principios éticos a los procesos de trabajo.	7	100%
d. Mecanismos para el consenso en flexibilidad de jornadas laborales y determinación de horarios con colaboradores que así lo requieran.	7	100%
e. Otro.	5	71%

Fuente: elaboración propia

Nota: Los hoteles pueden elegir varias opciones

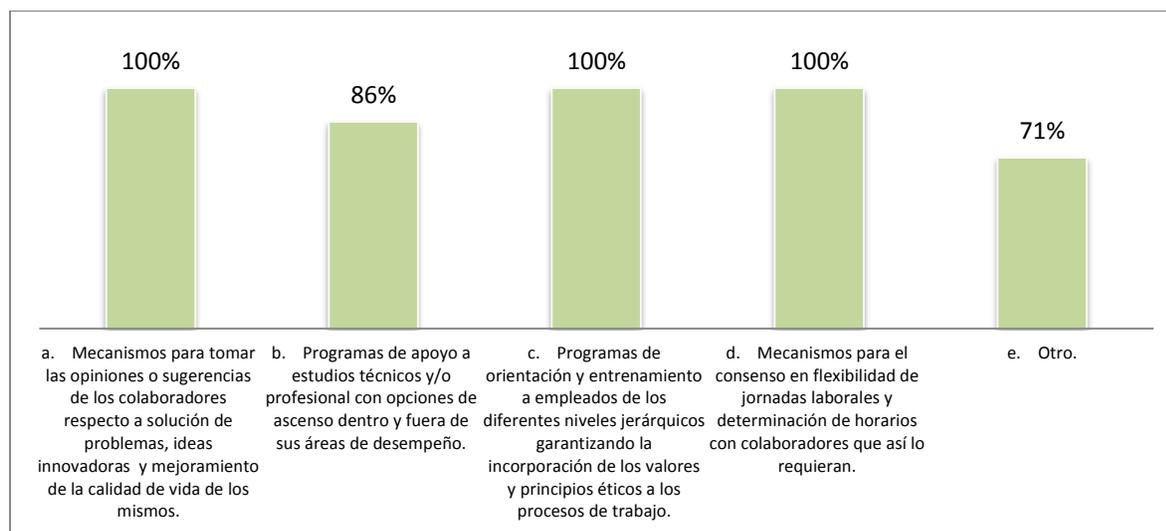


Figura 20. Formas de motivación a empleados diferentes a salarios

Fuente: elaboración propia

Se evidencia que el 100% de los hoteles encuestados motivan a sus empleados con estrategias diferentes al pago de sus salarios y lo realiza mediante opiniones y sugerencias de los empleados, el 86% lo hace con apoyo educativo y ascensos, el 100% con orientación para incorporar valores y principios éticos a los procesos de trabajo, el 100% mediante acuerdos de flexibilidad en el

horario de trabajo y el 71% otras estrategias como el empleado del mes, concurso de ideas de mejoramiento y plan de bienestar familiar.

Tabla 25. Tiene implementados canales de comunicación y negociación con organizaciones sociales

¿Tiene implementados la compañía canales de comunicación y negociación para cualquier tipo de inconformidad de los grupos de colaboradores organizados?	Número	%
Nunca se ha hecho		0%
Alguna vez lo hicimos		0%
Está en proceso de diseño		0%
Casi siempre se hace		0%
Si, actualmente se hace (atención directa)	7	100%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

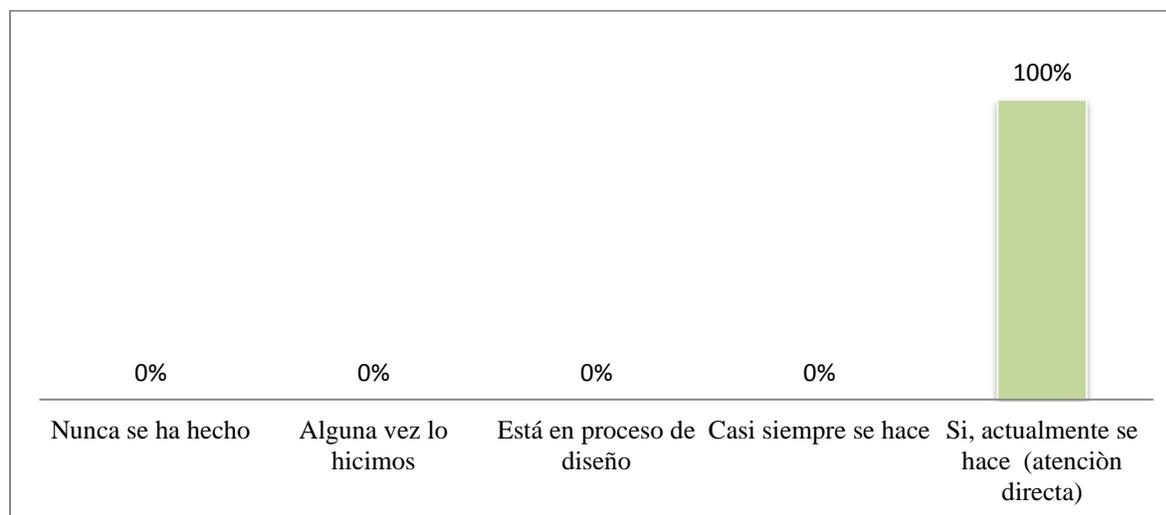


Figura 21. Tiene implementados canales de comunicación y negociación con organizaciones sociales (sindicatos)

Fuente: elaboración propia

Según la información presentada en la (tabla 28, figura 23), actualmente el 100% de los hoteles tiene implementado canales de comunicación y negociación para cualquier tipo de inconformidad de los grupos de colaboradores organizados mediante la figura de sindicatos y comités de convivencia.

Tabla 26. Actividades de recreación que el hotel patrocina para los colaboradores y sus familias

Actividades de recreación que el hotel patrocina para los colaboradores y sus familias:	Número	%
a. Cenas especiales	6	86%
b. Obsequios de fin de año	7	100%
c. Viajes		0%
d. Jornadas culturales y deportivas	3	43%
e. Brigadas de salud	7	100%
f. Apoyos escolares.	6	86%
g. Subsidios de alimentación	4	57%
h. Otros.	2	28%

Fuente: elaboración propia

Nota: Los hoteles pueden elegir varias opciones

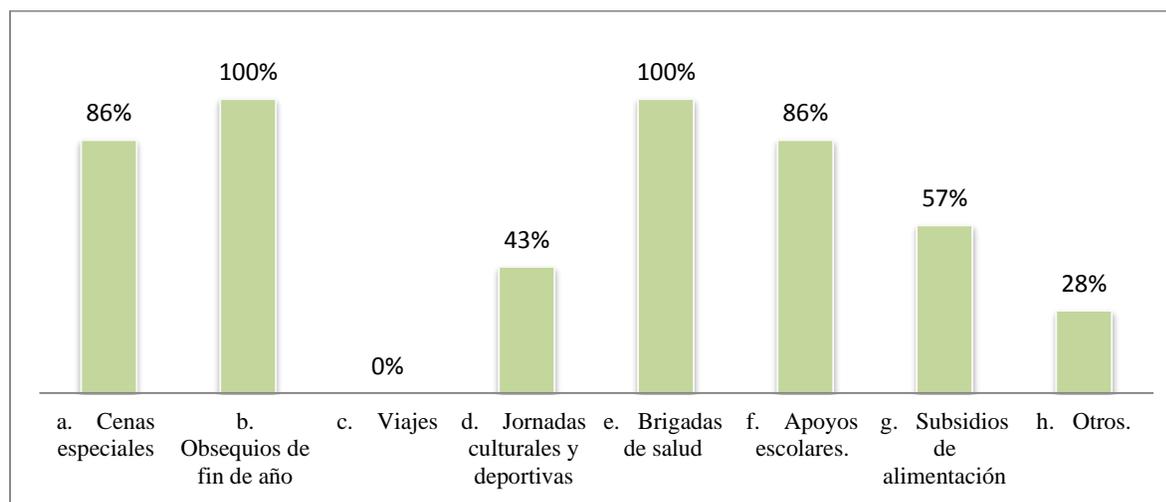


Figura 22. Actividades de recreación que el hotel patrocina para los colaboradores y sus familias

Fuente: elaboración propia

En concordancia con los datos obtenidos en la (tabla 29, figura 24) acerca de las actividades de recreación que el hotel patrocina para los colaboradores y sus familias, el 100% entrega obsequios de fin de año, el 86% realiza cenas especiales, el 43% organiza jornadas culturales y deportivas, 100% implementan brigadas de salud, el 86% brinda apoyos escolares y subsidios de alimentación los brinda el 57%, finalmente el 28% fomenta otro tipo de actividades como la tarifa especial de consumo y otras que se encuentran en el comité de bienestar.

Tabla 27. Formas de apoyo que brindan los hoteles a empleados cercanos a la jubilación

Formas de apoyo que brinda el hotel a los colaboradores con cercano ingreso a jubilación, respecto a:	Número	%
a. Al proceso jurídico	5	71%
b. Acceso a fondo de empleados		0%
c. Entrega de bonificación por jubilación		0%
d. Otro.	1	14%
Total	6	85%

Fuente: elaboración propia

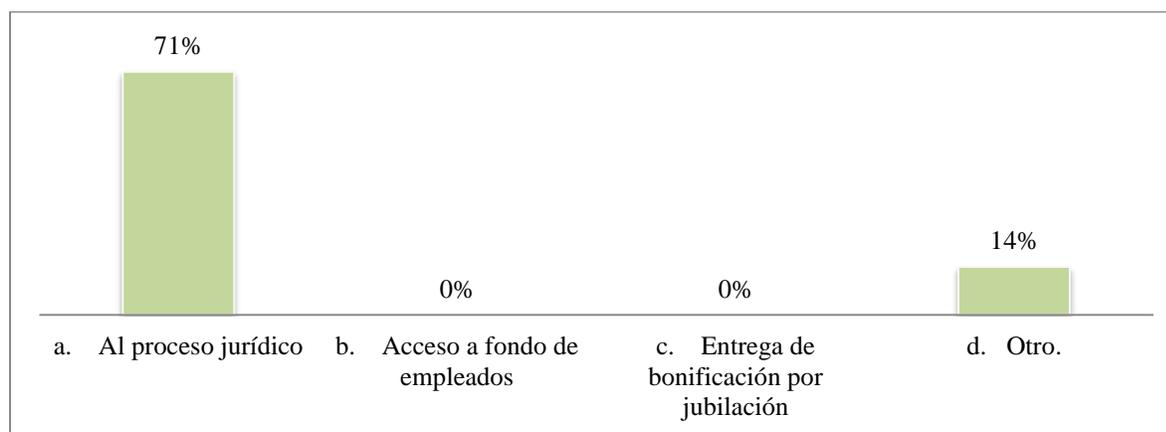


Figura 23. Formas de apoyo que brindan los hoteles a empleados cercanos a la jubilación

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la información presentada en la (tabla 30, figura 25), se evidencia que el 71% brinda apoyo en cuanto al proceso jurídico y el 14% brinda otro tipo de apoyos en los trámites, agradece y brinda despedida, además, el 15% restante se debe a que no aplica ninguna de las anteriores.

Por lo tanto, las empresas hoteleras para minimizar el impacto que puede generarse en los jubilados, implementan formas de apoyo con cercano ingreso a la jubilación.

7.2.4 Aspectos sobre la Dimensión Social de la RSE. S – EXTERNA

Tabla 28. Acciones propias o gremiales que realizan los hoteles para contribuir a la generación del espíritu empresarial en la región

Marque con una X, las acciones propias o gremiales que realiza el hotel para contribuir a la generación de condiciones que permitan la expansión del espíritu empresarial de la región.	Número	%
a. Apoyo para emprendimientos.	6	86%
b. Convocatorias proyectos sociales.		0%
c. Voluntariado	4	57%
d. Patrocinios	5	71%
e. Otros.	1	14%

Fuente: elaboración propia

Nota: Los hoteles pueden elegir varias opciones

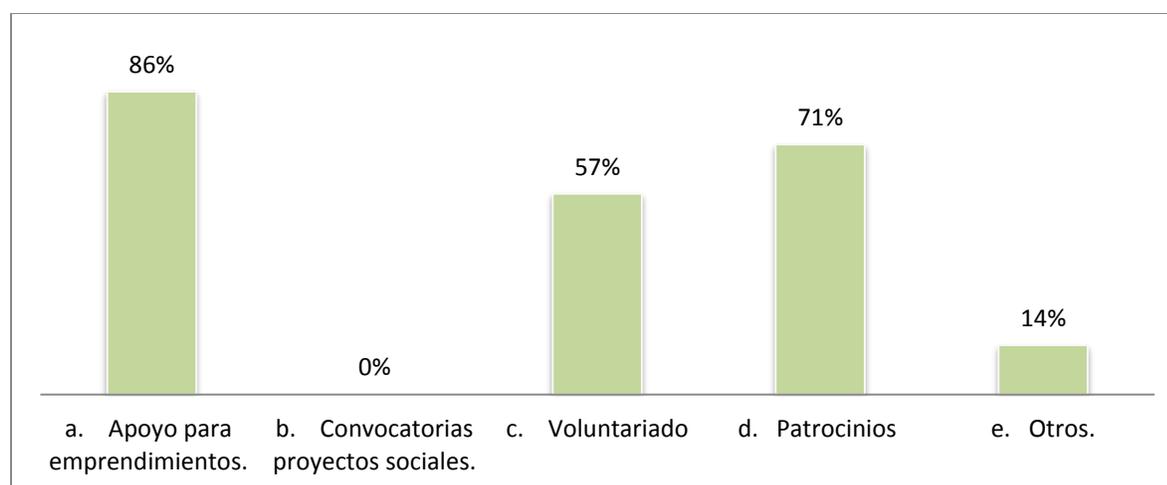


Figura 24. Acciones propias o gremiales que realizan los hoteles para contribuir a la generación del espíritu empresarial en la región

Fuente: elaboración propia

Teniendo en cuenta los datos suministrados en la (tabla 31, figura 26) por los hoteles con referencia a los aspectos de la Dimensión Social de la RSE a nivel externo, en cuanto a las acciones propias o gremiales que realizan los hoteles para contribuir a la generación de condiciones que permitan la expansión del espíritu empresarial de la región, el 86% realiza apoyo para emprendimientos. En cambio, el 71% maneja patrocinios, mientras el 57% realiza

voluntariados, sin embargo, el 14% maneja otro tipo de proyectos con la Gobernación y otros hoteles.

Tabla 29. Inversión en programas de apoyo, relación y el pleno desarrollo de las comunidades que hacen parte del PCC

Áreas de atención que el hotel establece voluntariamente para realizar inversión en programas de apoyo, relación y el pleno desarrollo de las comunidades que hacen parte del PCC para mejorar su calidad de vida:	Número	%
a. Protección y prevención en salud.	5	71%
b. Recreación y deporte.	5	71%
c. Vivienda digna.	5	71%
d. Educación (Formación y capacitación).	1	14%
e. Apoyo económico a fundaciones u organizaciones sociales.	7	100%
f. Fomentan la sana convivencia.	6	86%
g. Alimentación de niños en situación de vulnerabilidad.	2	28%
h. Interacción con las familias del PCC compartiendo sus costumbres.	2	28%
i. Conocimiento del proceso de cultivo productivo del café.	5	71%
j. Preservación de la cultura cafetera.	6	86%
k. Generación de empleo.	7	100%
l. Otros.		0%

Fuente: elaboración propia

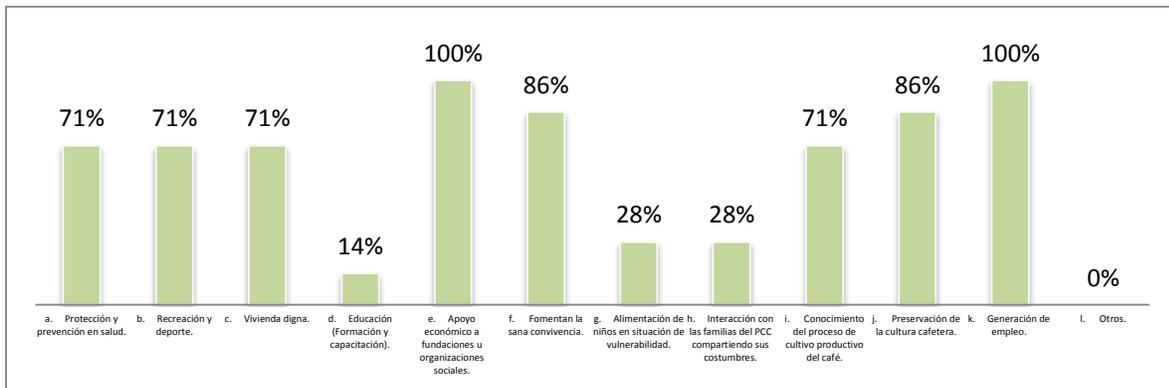


Figura 25. Áreas de atención que el hotel establece voluntariamente

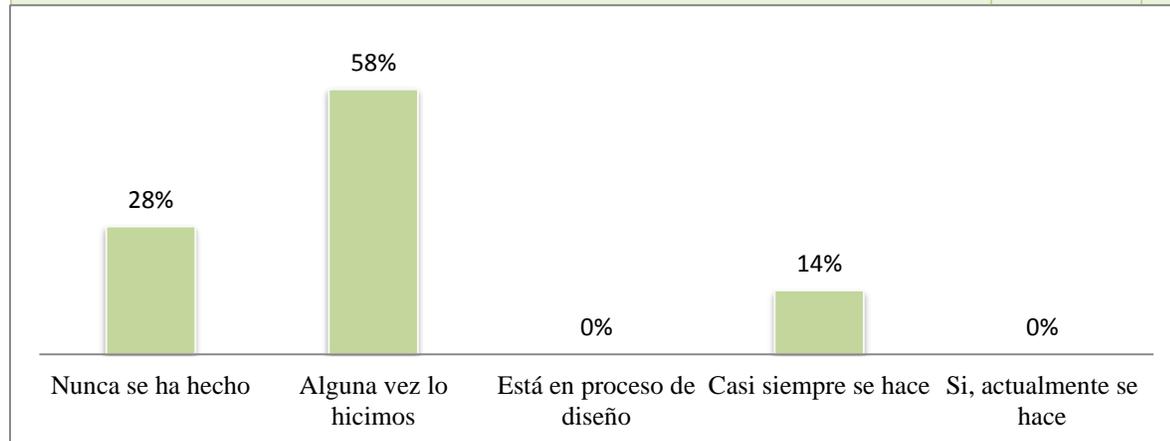
Fuente: elaboración propia

Como se puede ver en el (tabla 32, figura 27), dentro de las áreas de atención que los hoteles encuestados establecen voluntariamente la inversión en programas de apoyo, relación y el pleno

desarrollo de las comunidades que hacen parte del PCC para mejorar su calidad de vida, el 100% genera empleo y contribuye económicamente a fundaciones u organizaciones sociales, el 86% fomenta la sana convivencia y preserva la cultura cafetera, frente al 71% fomenta la prevención y protección en salud, la recreación y el deporte, la vivienda digna y la alimentación de niños en situación de vulnerabilidad con un 28% del mismo modo que la interacción de las familias del PCC compartiendo sus costumbres.

Tabla 30. Balance Social Anual

¿Realiza el hotel Balance Social Anual?, según la Guía de Memorias de Sostenibilidad (Global Reporting Initiative GRI)	Número	%
Nunca se ha hecho	2	28%
Alguna vez lo hicimos	4	58%
Está en proceso de diseño		0%
Casi siempre se hace	1	14%
Si, actualmente se hace		0%
Total	7	100%



Fuente: elaboración propia

Figura 26. El hotel realiza el Balance Social Anual GRI

Fuente: elaboración propia

Según la (tabla 33, figura 28) el 28% de los hoteles muestra que nunca han hecho el Balance Social Anual, en cambio el 58% alguna vez lo hizo, sin embargo, no nos compartieron información del balance. El 14% casi siempre lo hace, aunque actualmente no, pero afirman que continuarán haciéndolo.

Tabla 31. Adquisición de café de las fincas productoras provenientes de las zonas establecidas en el PCC

El hotel adquiere en forma de contribución, café de las fincas productoras provenientes de las zonas establecidas en el PCC.	Número	%
Nunca se ha hecho	1	14%
Alguna vez lo hicimos		0%
Está en proceso de negociación		0%
Casi siempre se hace		0%
Si, actualmente se hace	6	86%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

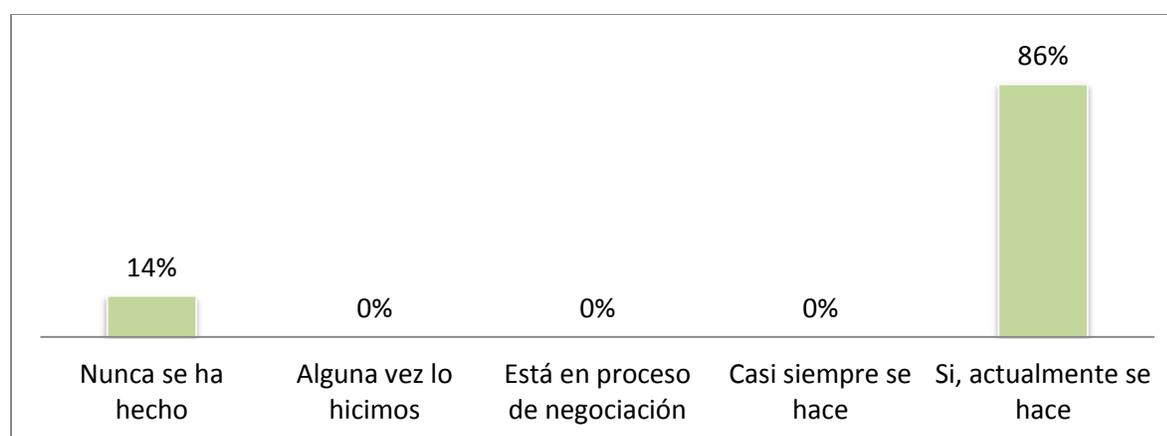


Figura 27. El hotel adquiere café de las fincas productoras del PCC

Fuente: elaboración propia

Como se muestra tanto en la (tabla 34, figura 29), el 14% de los hoteles nunca ha comprado café a las fincas productoras del Paisaje Cultural Cafetero, mientras el 86% en la actualidad lo hacen.

Tabla 32. Apoyo a sectores incluidos en la ruta del PCC

¿El hotel realiza apoyo a los sectores geográficamente incluidos en las Rutas del Paisaje Cultural Cafetero (publicidad de las rutas, información de alojamientos, terminales, agencias de viaje, aerolíneas u otros) que contribuyan al fomento de la región como destino turístico?	Número	%
Nunca se ha hecho		0%
Alguna vez lo hicimos		0%

Está en proceso de diseño		0%
Casi siempre se hace		0%
Si, actualmente se hace	7	100%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

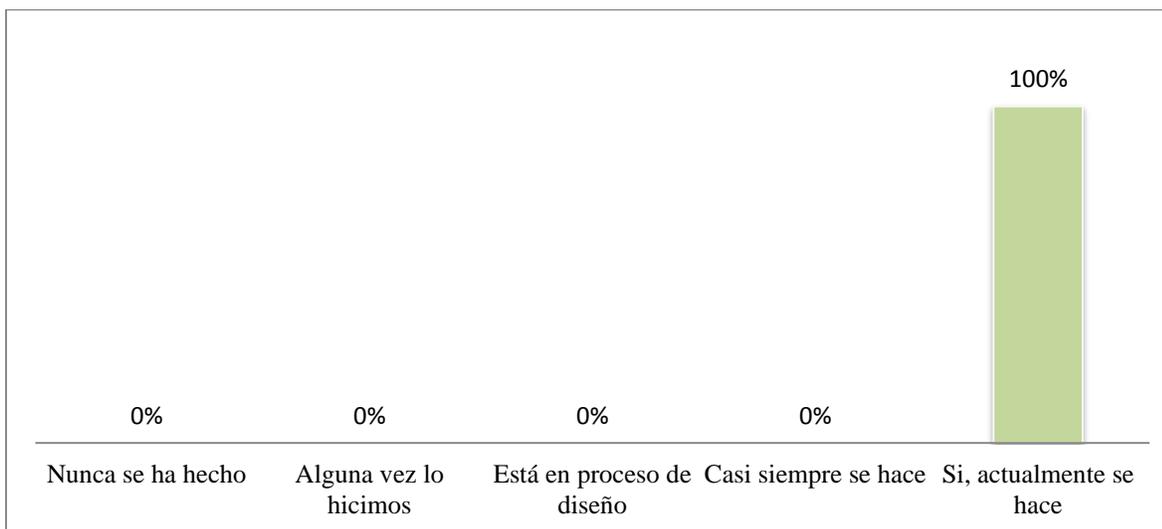


Figura 28. El hotel realiza apoyo a las fincas del PCC

Fuente: elaboración propia

Se puede observar en la (tabla 35, figura 30) que la actualidad el 100% de los hoteles brinda apoyo a las fincas que se encuentran geográficamente incluidas en las Rutas del Paisaje Cultural Cafetero a través de publicidad de las rutas, información de alojamientos, terminales, agencias de viaje, aerolíneas u otros, contribuyendo al fomento de la región como destino turístico.

7.2.5 Aspectos sobre la Dimensión Ambiental de la RSE. INTERNA

Tabla 33. Planes, objetivos y metas ambientales

¿El Hotel cuenta con planes, objetivos y metas ambientales?	Número	%
Nunca se ha hecho		0%
Alguna vez lo hicimos		0%
Está en proceso de diseño		0%
Casi siempre se hace		0%
Si, actualmente se hace	7	100%

Total	7	100%
--------------	---	------

Fuente: elaboración propia

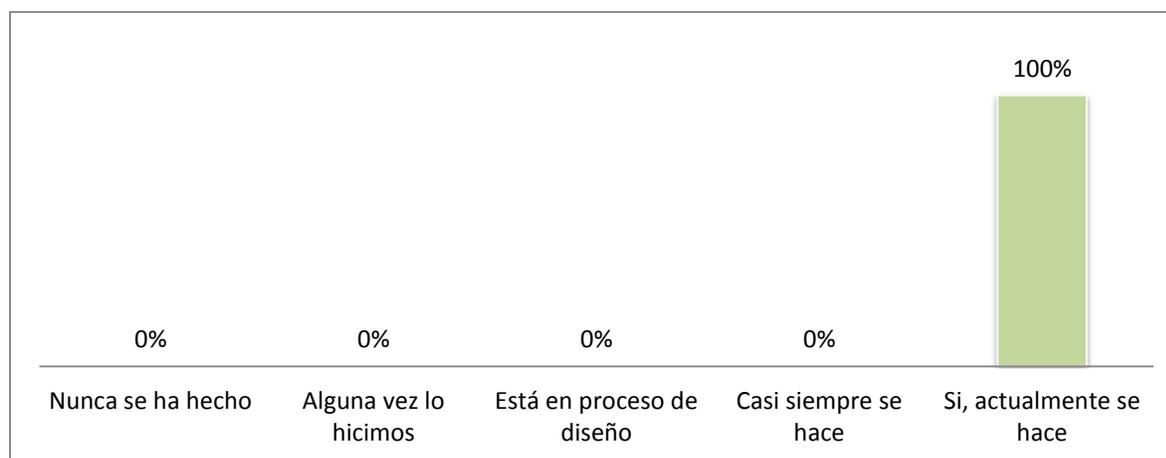


Figura 29. El hotel cuenta con planes, objetivos y metas ambientales

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos a partir de la información recolectada, se puede evidenciar en la (tabla 36, figura 31) que lo referente a los Aspectos sobre la dimensión ambiental a nivel interno, los hoteles encuestados el 100% cuenta con planes, objetivos y metas ambientales, como uso de sensores de energía y agua para evitar el desperdicio, preservación del PCC, cuidado de cuencas hidrográficas, cuidado de jardines, buen manejo de aguas residuales, entre otros.

Tabla 34. Programas de educación ambiental

¿El Hotel realiza programas de educación ambiental para sus colaboradores?	Número	%
Nunca se ha hecho		0%
Alguna vez lo hicimos		0%
Está en proceso de diseño		0%
Casi siempre se hace		0%
Si, actualmente se hace	7	100%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

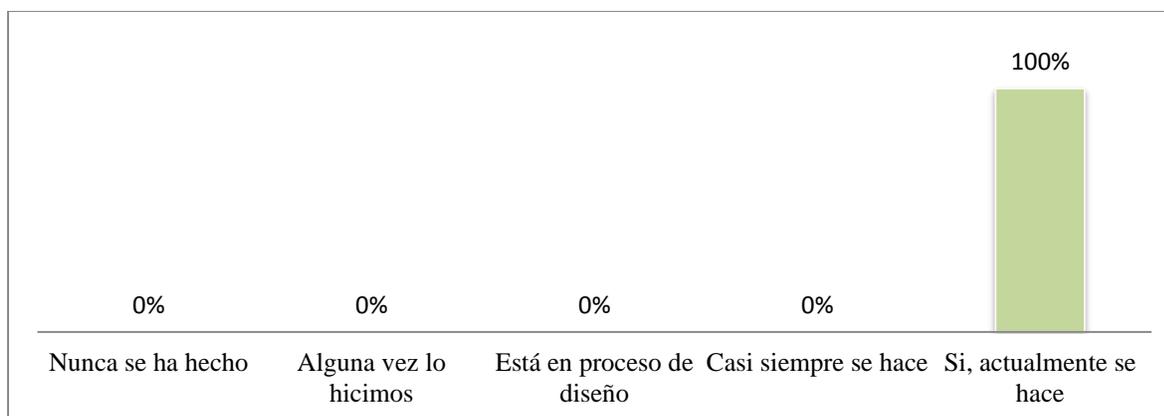


Figura 30. El hotel realiza programas de educación ambiental para sus colaboradores

Fuente: elaboración propia

A partir de los datos incorporados en la (tabla 37, figura 32) se demuestra que el 100% de los hoteles brinda a sus colaboradores programas que los capaciten en educación ambiental, con el fin de proteger el Paisaje Cultural Cafetero.

Tabla 35. Procesos de administración verde

Procesos de administración verde que desarrolla el hotel:	Número	%
a. Reciclaje.	7	100%
b. Reutilización y/o reducción de desechos.	6	86%
c. Prácticas de compras ecológicas.	7	100%
d. Tratamiento de los residuos como el papel, plásticos y envases.	7	100%
e. Prácticas de ahorro y eficiencia minimizando el material y energía en los servicios.	7	100%
f. Realiza tratamiento a la concentración de los vertidos, los cuales son similares a los domésticos, principalmente las aguas servidas.	6	86%
g. Servicios amigables con el medio ambiente.	7	100%
h. Programas de educación ambiental para sus usuarios y proveedores.	7	100%
i. El hotel tiene políticas que prohíbe fumar tabaco en las instalaciones y zonas ecológicas del hotel, promoviendo el aire limpio.	7	100%
j. Otros.		0%

Fuente: elaboración propia

Nota: Los hoteles pueden elegir varias opciones

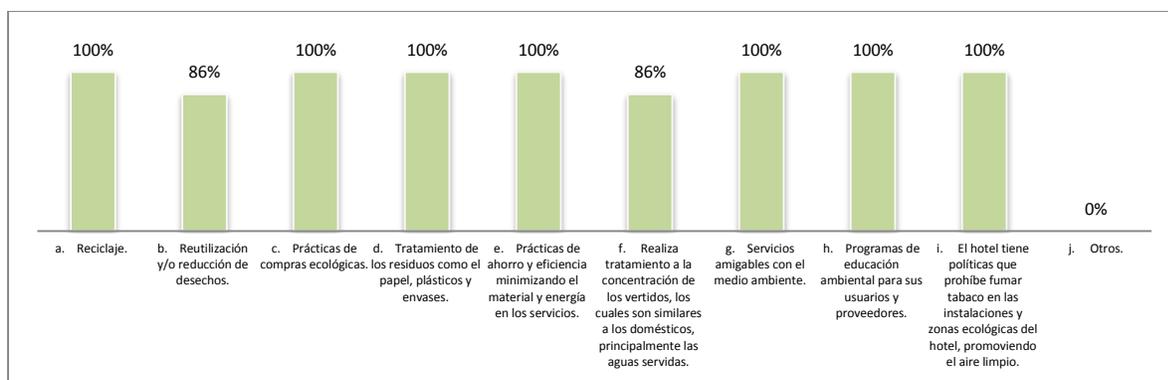


Figura 31. Procesos de administración verde que desarrolla el hotel

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la información arrojada por las encuestas en la (tabla 38, figura 33) se puede evidenciar que el 100% de los hoteles realiza labores de reciclaje, tratamiento de los residuos como el papel, plásticos y envases, prácticas de ahorro y eficiencia minimizando el material y energía en los servicios, servicios amigables con el medio ambiente, práctica compras ecológicas, programas de educación ambiental para sus usuarios y proveedores, prohibición de fumar tabaco en las instalaciones, , y zonas ecológicas del hotel, promoviendo el aire limpio. Mientras el 86% reutiliza y reduce los desechos, y realiza tratamiento a la concentración de los vertidos, los cuales son similares a los domésticos, principalmente las aguas servidas.

Tabla 36. Impactos que el hotel identifica al medio ambiente y realiza prácticas de Prevención

Impactos que el hotel identifica al medio ambiente, para realizar prácticas de prevención en su posible impacto:	Número	%
a. Contaminación del agua.	7	100%
b. Contaminación del aire.	7	100%
c. Generación de residuos.	7	100%
d. Elevado consumo de agua.	7	100%
e. Elevado consumo energético.	7	100%
f. Otros.		

Fuente: elaboración propia

Nota: Los hoteles pueden elegir varias opciones

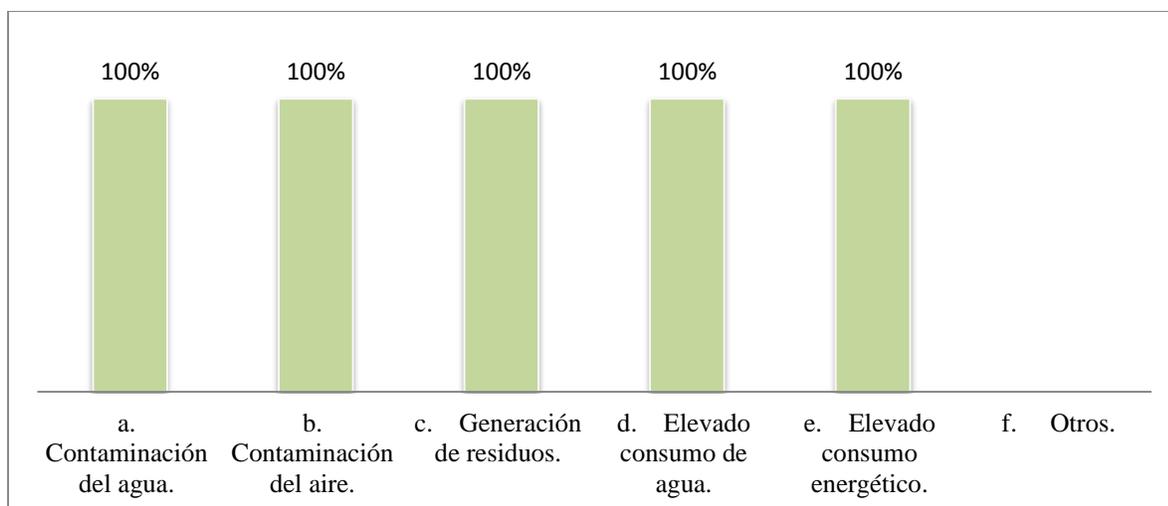


Figura 32. Impactos que el hotel identifica al medio ambiente y realiza prácticas de prevención
Fuente: elaboración propia

Según la información reflejada en la (tabla 39, figura 34) el tipo de impactos que los hoteles realizan al medio ambiente, sobre las cuales esperan aumentar la implementación de prácticas de prevención y/o corrección en su posible impacto son: 100% tienen un elevado consumo de agua y de energía, además, son generadores de una alta cantidad de residuos debido a la actividad a la que están dedicados, por lo tanto realizan actividades para mitigar estos elevados usos de los recursos ambientales, conocen de la contaminación al agua y el aire que generan y tratan de minimizarlo generando conciencia a propios y visitantes de la importancia del cuidado de este recurso.

Tabla 37. Leyes ambientales nacionales en turismo

De las siguientes leyes ambientales nacionales en turismo, ¿cuáles conoce?:	Número	%
a. Decreto 1076 de 2015. “Decreto único reglamentario del Sector ambiente y Desarrollo Sostenible” X	6	86%
b. Decreto 2028 de 2010. “Por el cual se reglamentan las licencias ambientales” X	2	28%
c. Decreto 2436 de 2008. “Por medio del cual se reglamenta el acceso a rellenos sanitarios e incentivos municipal por disposición final de residuos”		0%
d. Decreto 838 de 2015. “Por medio del cual se reglamenta las disposiciones finales de residuos sólidos”	4	57%
e. Otra.	4	57%

Fuente: elaboración propia

Nota: Los hoteles pueden elegir varias opciones

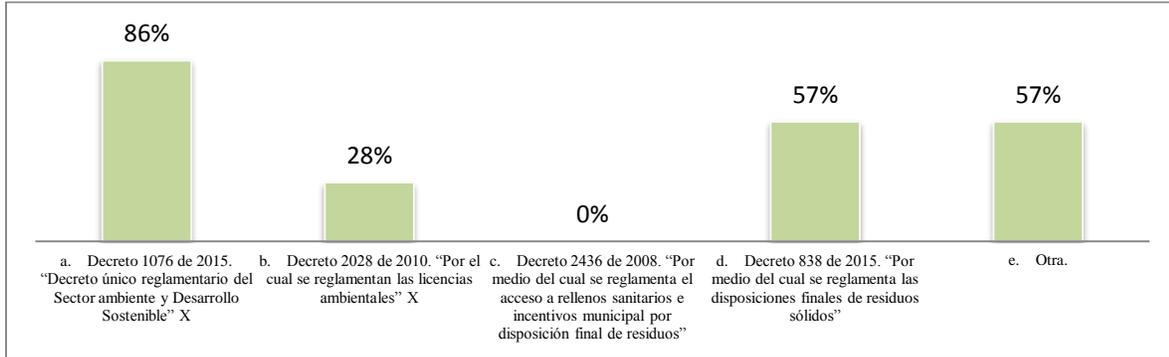


Figura 33. Leyes ambientales nacionales en turismo que el hotel conoce

Fuente: elaboración propia

Como se evidencia en los datos obtenidos en la (tabla 40, figura 35), el 86% de las empresas hoteleras conocen el decreto del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible, el 28% sabe del Decreto 2028 de 2010 por el cual se reglamentan las licencias ambientales y el 57% tiene conocimiento del Decreto 838 de 2015 por medio del cual se reglamenta el acceso a rellenos sanitarios e incentivos municipal por disposición final de residuos y el 57% conoce otros decretos o normas como la NTSH

7.2.6 Aspectos sobre la Dimensión Ambiental de la RSE. EXTERNA

Tabla 38. Acciones y programas

El hotel desarrolla en forma voluntaria acciones y programas para preservar el Medio Ambiente, la flora y fauna, e incentivan y promueven los valores sociales del Paisaje Cultural Cafetero.	Número	%
Nunca se ha hecho		0%
Alguna vez lo hicimos		0%
Está en proceso de diseño		0%
Casi siempre se hace		0%
Si, actualmente se hace	7	100%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

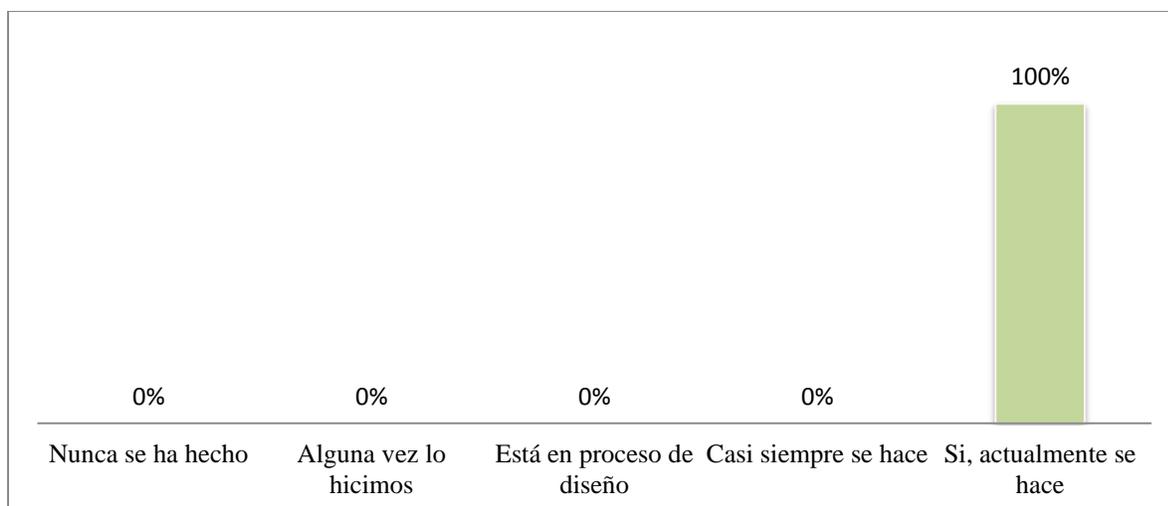


Figura 34. Acciones y programas para preservar el medio ambiente del PCC

Fuente: elaboración propia

Es claro en la (tabla 41, figura 36) que el 100% de los hoteles actualmente desarrolla acciones y programas para preservar el medio ambiente del Paisaje Cultural Cafetero, como son:

avistamiento de aves e identificación de especies endémicas, migratorias y su protección, cultivo de plantas, uso de agua lluvia para lavado y piscinas, bebederos para colibríes y su conservación, marcación e identificación de las plantas y convivencia de las personas con el medio ambiente.

Tabla 39. Programas de prevención

Programas de prevención de contaminación que realiza el hotel:	Número	%
a. Programas de limpieza de las zonas del PCC.	1	14%
b. Reciclaje externos de papel, cartón, cartuchos de tinta.	6	86%
c. Manejo de las emisiones atmosféricas como la calefacción, las calderas y los equipos de aire acondicionado.	6	86%
d. Limpiezas cuencas hidrográficas.	5	71%
e. Otra.		

Fuente: elaboración propia

Nota: Los hoteles pueden elegir varias opciones

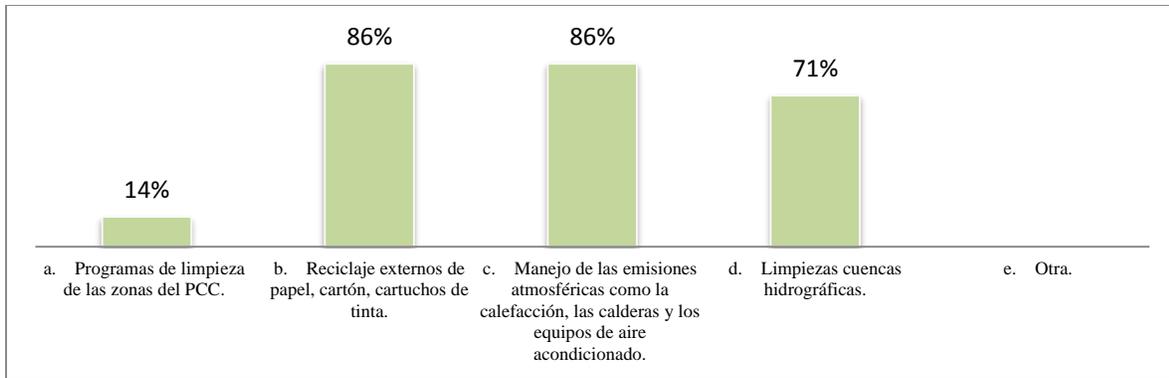


Figura 35. Programas de prevención de contaminación que realiza el hotel

Fuente: elaboración propia

Según lo que se especifica en la (tabla 42, figura 37) los programas de prevención de contaminación son: reciclaje externo de papel, cartón, cartuchos de tinta y manejo de las emisiones atmosféricas como la calefacción, las calderas y los equipos de aire acondicionado llevados a cabo por el 86% de los hoteles, mientras el 71% realiza limpieza de cuencas hidrográficas y el 14% cuenta con programas de limpieza de las zonas del Paisaje Cultural Cafetero.

Tabla 40. Convenios, asociaciones o alianzas

¿Se han realizado convenios, asociaciones o alianzas con organizaciones para promover la Educación Ambiental en pro de la conservación del PCC en la comunidad donde opera el Hotel o con región en general?	Número	%
Nunca se ha hecho		0%
Alguna vez lo hicimos		0%
Está en proceso de hacerlas		0%
Casi siempre se hace		0%
Si, actualmente se hace	7	100%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

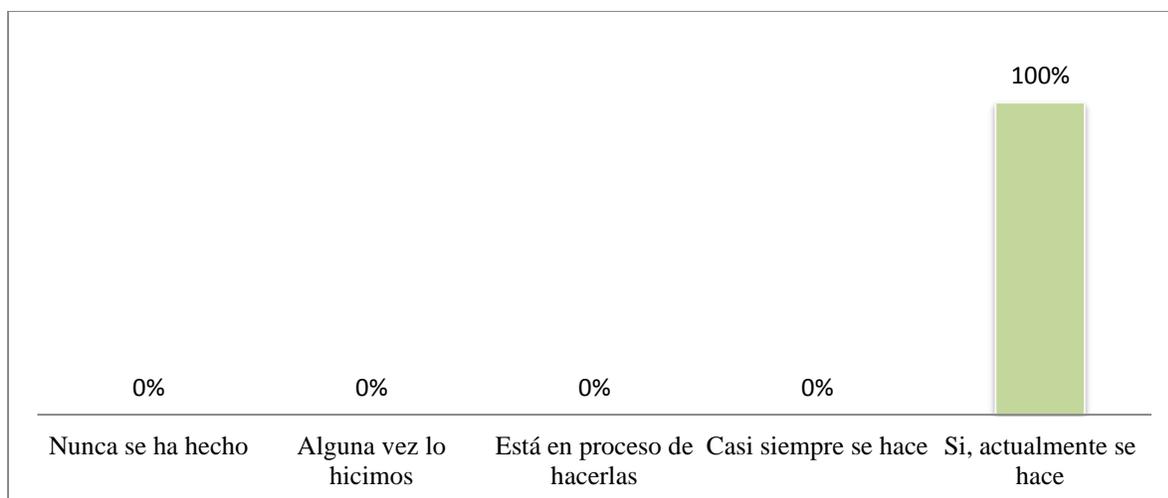


Figura 36. El hotel realiza convenios, asociaciones o alianzas con organizaciones para promover la Educación Ambiental en pro de la conservación del PCC

Fuente: elaboración propia

Según la (tabla 43, figura 38), el 100% de los hoteles actualmente realiza convenios, asociaciones o alianzas con organizaciones para promover la Educación Ambiental en pro de la conservación del PCC en la comunidad donde operan o con la región en general, algunos de ellos son conferencias, encuentros y participación de conferencistas relacionados con el tema de la cultura.

Tabla 41. Comités, consejos y encuentros

El hotel participa en comités, consejos o encuentros locales, regionales o nacionales para identificar, proteger, conservar, rehabilitar y transmitir a las generaciones futuras conocimiento y apropiación social del PCC del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) o para discutir temas de conservación ambiental y con el gobierno y la comunidad.	Número	%
Nunca se ha hecho	1	14%
Alguna vez lo hicimos		0%
Está en proceso de diseño		0%
Casi siempre se hace		0%
Si, actualmente se hace	6	86%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

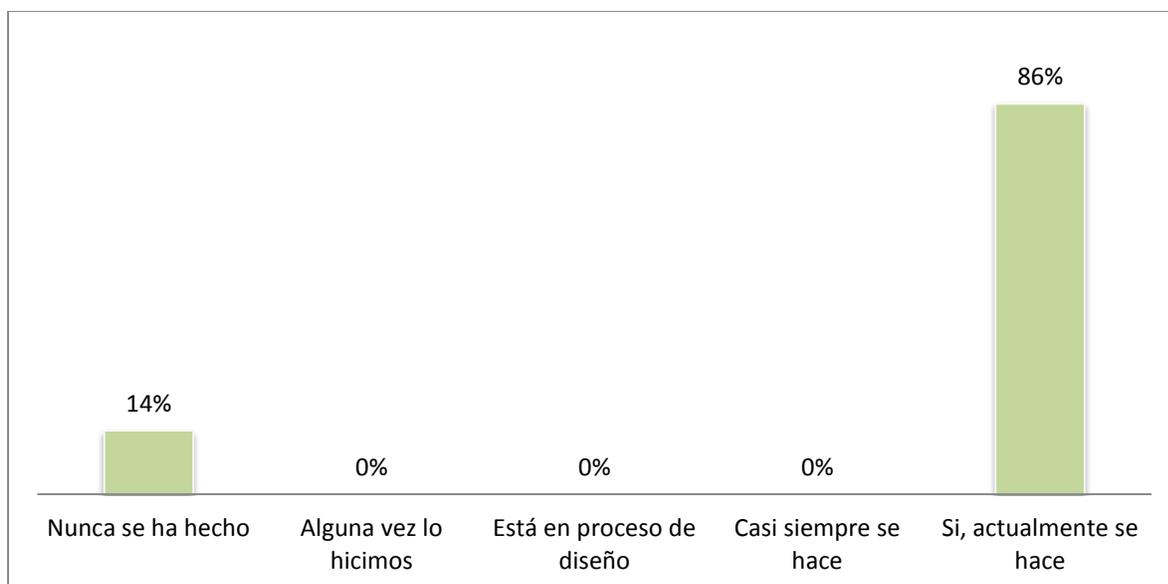


Figura 37. El hotel participa en comités, consejos o encuentros para proteger, conservar, rehabilitar el PCC

Fuente: elaboración propia

A partir de la información disponible en la (tabla 44, figura 39), se plasma que el 86% de los hoteles afirman que participan actualmente en comités, consejos o encuentros locales, regionales o nacionales para identificar, proteger, conservar, rehabilitar y transmitir a las generaciones futuras, conocimiento y apropiación social del PCC o para discutir temas de conservación ambiental y con el gobierno y la comunidad.

Algunas de las participaciones que realizan son en la Corporación para el Desarrollo de Caldas, pertenecer a las Rutas del PCC, no obstante no dieron muchos detalles de los comités en los que participan. El 14% no asisten porque refieren no estar enterados ni tienen conocimiento de este tipo de actividades.

Tabla 42. Programas y actividades

¿El hotel desarrolla programas y actividades que contribuyen a la conservación del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) y al mismo desarrollo sostenible de la región?	Número	%
Nunca se ha hecho		0%
Alguna vez lo hicimos		0%
Está en proceso de diseño		0%
Casi siempre se hace		0%

Si, actualmente se hace	7	100%
Total	7	100%

Fuente: elaboración propia

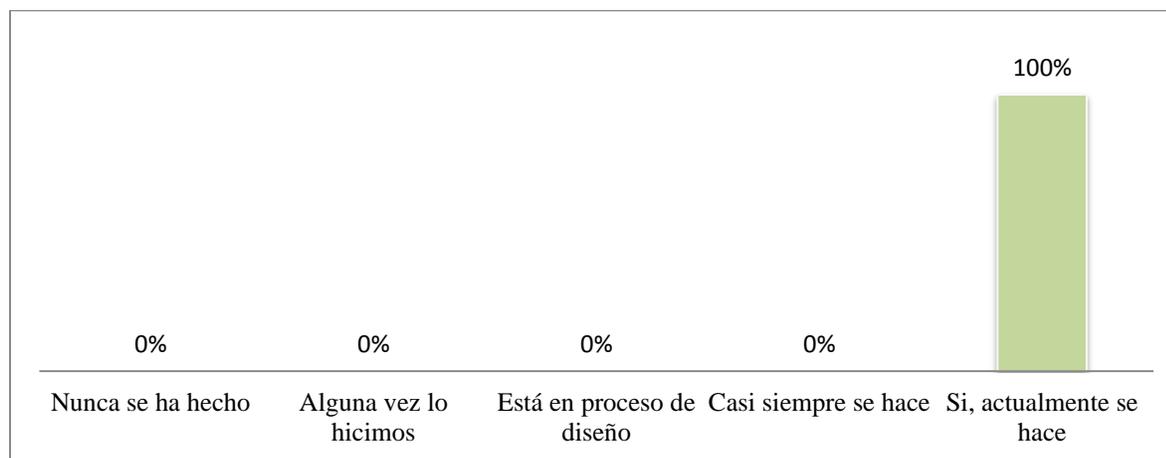


Figura 38. Programas y actividades que contribuyen a la conservación del PCC

Fuente: elaboración propia

Analizando los datos suministrados en la (tabla 45, figura 40) se concluye que actualmente el 100% hoteles cuentan con programas y actividades que permiten la conservación del PCC y al mismo desarrollo sostenible de la región, otras empresas no participan directamente pero contribuyen con intervenciones ante autoridades de planeación municipal sobre el plan de manejo del PCC, tours informativos y participación a eventos de esta índole.

8. Conclusiones

Con respecto a las empresas hoteleras encuestadas todas conocen el concepto de responsabilidad social empresarial, además, de que de implementan el manual de RSE, sin embargo, una pequeña parte no tienen conocimiento de éste, por lo tanto, es importante que se implementen debido a que los manuales de RSE contribuyen a que las empresas aparte de que dan a conocer el compromiso ético que tienen con las tres dimensiones de la responsabilidad empresarial, cambian de forma positiva su posicionamiento, generan ventajas competitivas, tienden a inclinarse en la innovación y en el

aprendizaje, además de que permite tomar todo tipo de decisiones y todo tipo de prácticas empresariales frente a cualquier circunstancia ya sea interna o externa.

Por otro lado hemos evidenciado resultados positivos en cuanto a la identificación de los aspectos generales de responsabilidad social, dado que todas las empresas hoteleras de ambos municipios (Villamaria y Palestina) implementan políticas y estrategias voluntariamente e incluso tienen políticas establecidas en común. Aun así se presentan aspectos que se deben mejorar como el desconocimiento que posee el 28% de las empresas frente a la norma ISO 26001 que es la que fomenta buenas prácticas socialmente responsables por lo cual es importante informarse de ella.

También es fundamental alentar a todas las empresas hoteleras a la certificación ante otras tres normas convenientes La (NTC 150) ISO 14001:2004 donde se da a conocer el sistema de gestión ambiental, ISO 18001 que reglamenta la auditoría en buenas prácticas de salud ocupacional y la norma SA 8000 que es la que anima a las organizaciones a aplicar las prácticas socialmente responsables.

A fin de cuentas todas las empresas de alguna manera contribuyen intencionalmente al mejoramiento social, económico y ambiental.

8.1 Aspecto Económico

Al momento de analizar internamente la dimensión económica es de saberse que todas las empresas cumplen con los criterios y los requisitos legales para prestar el servicio de alojamiento, adicional, cuentan con los beneficios del decreto 463 de Marzo de 2016 donde se reglamenta la renta exenta de los impuestos por un término de 30 años a partir del año gravable en que iniciaron sus operaciones.

También podemos recalcar que la mayoría de las empresas hoteleras cuentan con incentivos económicos para sus empleados sin importar su vinculación laboral entre ellos resaltan las bonificaciones, los auxilios de calamidad doméstica y auxilio por educación. De la misma manera realizan inversiones sociales y ambientales, dado que la pequeña parte que nunca lo ha hecho es porque no sabe cómo hacerlo por eso también es recomendable que se informen sobre la inversión sustentable puesto que éste tipo de inversiones trae consigo resultados financieros positivos, mejora de imagen, reconocimientos, crecimiento en el mercado y entre otros beneficios. Además en cuanto a la inversión ambiental Colombia es un País reconocido a nivel internacional por su biodiversidad, por tal razón es fundamental velar por proteger y conservar la biodiversidad que la caracteriza.

Además de los beneficios anteriormente mencionados se ha podido notar que son empresas que no solo buscan un crecimiento económico sino que también toman en cuenta los valores éticos de la compañía.

Ahora, a nivel externo económicamente todas las empresas cuentan con planes y proyectos que promueven el turismo en la región enfocados en programas convocados por Cámara y Comercio, por lo municipios (Villamaria y Palestina), la Gobernación y realizan alianzas estratégicas o convenios con otras entidades como lo son las empresas de transportes, constructoras y agencias de viajes. También presentan participaciones en ferias, fiestas e incluso cuentan con vinculaciones internacionales con proyectos de turismo y la mayoría han recibido reconocimientos por la buena gestión.

Inclusive también se demuestra que todas las empresas conocen y aplican algunos de los 4 valores de excepcionalidad del Paisaje Cultural Cafetero y que existe un interés que puede afirmar que las Empresas hoteleras de ambos Municipios (Villamaria y Palestina) fomentan

prácticas y emprendimientos dirigidos a la conservación y equilibrio entre tradición y tecnología para garantizar la calidad y sostenibilidad del PCC. Sin embargo la mayoría de las empresas no conoce y no cuenta con el sello de la marca de las rutas del PCC, pero si cuentan con el sello de calidad de marcas – café del PCC para desarrollar su propio cultivo.

8.2 Aspecto Social

En el aspecto social interno, se puede percibir que todas las empresas hoteleras motivan a sus empleados con estrategias diferentes a su salario, mediante el apoyo a la educación, orientación, entrenamiento, flexibilidad en horarios laborales entre otros. También se les brindan la oportunidad de participación en cuanto a ideas, soluciones, sugerencias, opiniones e inconformidades que conlleven al mejoramiento de la compañía. Además, realizan actividades recreativas para sus empleados, por lo tanto esto nos hace comprender que las empresas hoteleras ofrecen un ambiente laboral ameno que podría convertir a los empleados en personas felices, motivadas, más productivas y más comprometidas con los valores de su empresa.

En el ámbito externo todas las empresas hoteleras invierten voluntariamente en programas de apoyo, relación y pleno desarrollo de las comunidades que hacen parte del PCC, para mejorar su calidad de vida, especialmente en fundaciones u organizaciones sociales, además de que invierten en otros tipos de programas de apoyo y desarrollo de las comunidades que hacen parte del PCC, adicional, la mayoría de las empresas hoteleras adquieren el café proveniente de esta zona y todas apoyan sectores incluidos en la ruta del PCC

8.3 Aspecto ambiental

En el aspecto ambiental interno, las siete (7) empresas hoteleras tienen planes, objetivos y metas ambientales como por ejemplo el uso de sensores de energía y agua para evitar desperdicios, la preservación del PCC, cuidado de las cuencas hidrográficas, cuidado de jardines, manejo de aguas residuales, entre otros. También, implementan la educación ambiental a sus colaboradores y realizan procesos de administración verde como el reciclaje, compras ecológicas, tratamiento de residuos como el papel, plásticos y envases, minimización del material y energía en los servicios, prestación de servicios amigables con el medio ambiente. Adicional, tienen políticas que promueven el aire limpio e identifican el impacto que varias actividades puede provocar al medio ambiente realizando prácticas para su prevención. Es notable que las empresas hoteleras se esfuerzan por preservar y cuidar su entorno e incluso por generar ésta cultura para los miembros de la empresa y para la comunidad, sin embargo, una pequeña parte de las empresas no tiene conocimiento de las leyes ambientales nacionales del turismo.

Ahora, en lo ambiental externo , las concepciones sobre la Responsabilidad Social Empresarial están marcadas por un interés por proteger el ambiente, proteger la fauna y la flora y por asegurar recursos naturales a las futuras generaciones, así, en ocasiones, los hoteles no implementen al pie de la letra la normatividad o desconozcan las directrices del Estado. De todas formas, la mayoría de estas empresas actualmente cuentan con convenios y alianzas en pro de la conservación del PCC, así mismo, con comités, encuentros locales y nacionales con el fin de identificar, proteger, conservar y transmitirle a las generaciones futuras su conocimiento y adicional desarrollan programas para la conservación del medio ambiente y del Paisaje Cultural Cafetero, como son: avistamiento de aves e identificación de especies endémicas, migratorias y su protección, cultivo

de plantas, uso de agua lluvia para lavado y piscinas, bebederos para colibríes y su conservación, marcación e identificación de las plantas y convivencia de las personas con el medio ambiente.

No obstante, de estas conclusiones un poco satisfactorias en pro del medio ambiente y el PCC, la contaminación aumenta cada vez más y esto se debe a que aún falta cultura, por lo tanto, posiblemente si se estén realizando las gestiones necesarias internamente, pero aún hace falta implementar estrategias y prácticas de manera más innovadora que cambien la cultura de la sociedad.

Referencias

- Cantillo, S. (2014). *Responsabilidad social empresarial en el sector hotelero de la provincia de Boyacá Colombia* . Obtenido de https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4148/12403792F_GADE_SEPTIEMBRE14.pdf?sequence=1
- Chávez, L. (1994). *Formación empresarial en la microempresa*. Bogotá: Editorial SENA.
- Cotillo, V. (2016). *Cadenas hoteleras españolas y la responsabilidad social: una realidad palpable*. Obtenido de https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4148/12403792F_GADE_SEPTIEMBRE14.pdf?sequence=1
- Crónica del Quindío. (2017). *6 % creció la cantidad de turistas internacionales que visitaron Quindío*. Obtenido de <http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-6-crecio-la-cantidad-de-turistas-internacionales-que-visitaron-el-quindio-nota-115742>
- Cruz, D. (2010). ISO 26000 VISION GENERAL DEL PROYECTO.
- Duque, Y., Cardona, M., & Rendón, J. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- El Congreso de Colombia. Ley 905 de 2004 . (2004). *Artículo 2º*. Obtenido de por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones: http://www.comunidadcontable.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/ley_905_de_2004.pdf
- Escolme. (2015). México D.F: Editorial Anagrama.
- Fayol, H. (1986). *Principios de administración industrial y general*. Madrid: Editorial Anagrama.
- Fernández, F., Franco, M., Rubio, R., & Salazar, S. (2017). *Estado de la gestión con enfoque de RSE de las empresas del sector hotelero en la Región de Piura*. Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/8283>
- Flores, D., Bino, R., & Barroso, M. (2016). *Responsabilidad social en el sector hotelero, análisis de caso en Córdoba (Argentina)*. Obtenido de <https://gcg.universia.net/article/view/1643/responsabilidad-social-el-sector-hotelero-analisis-caso-cordoba-argentina>

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: Mc Graw-Hill.
- https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf.
(s.f.).
- https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf.
(s.f.). *ISO 26000 RESPONSABILIDAD SOCIAL*.
- ICONTEC. (2008). *Responsabilidad social empresarial*. Obtenido de www.icontec.org/Paginas/Home.aspx
- Johann, D. (2015). *Desarrollo sostenible*. Madrid: Mundo de ideas .
- Ministerio de Cultura. (2018). *Paisaje Cultural Cafetero*. Obtenido de [www. Minedu.com.co](http://www.Minedu.com.co)
- NORMA TECNICA SECTORIAL COLOMBIANA NTS-TS 002. (2014). *ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE*.
- Octavio, A. (19 de 07 de 2017). la historia de casi 100 de la responsabilidad social empresarial.
- OIT. (10 de 07 de 2010). https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_142694.pdf.
- Olano, R. (2014). *Estudio de la responsabilidad social empresarial en Colombia, en compromiso de todos*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/12615/2/Estudio%20-%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20en%20Colombia.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo. (2016). *Responsabilidad social empresarial*. Obtenido de Recuperado de: www.oit.com
- Peña, D., & Serra, A. (2013). *Responsabilidad social empresarial en el sector turístico, Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia*. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000600006
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). *Estrategia y sociedad*. Obtenido de [de:https://www.fundacionseres.org/Lists/Informes/Attachments/12/Estrategia%20y%20Sociedad.pdf](https://www.fundacionseres.org/Lists/Informes/Attachments/12/Estrategia%20y%20Sociedad.pdf)
- Tellez, C. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial turística en Colombia: Regulación en el sector Hotelero*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5814079>
- Torres, C. (14 de 07 de 2013). Responsabilidad social empresarial en el sector hotelero colombiano. *portafolio*.
- UNESCO. (2017). *Patrimonio de la Humanidad*. Obtenido de <https://es.unesco.org/>

Anexos

Anexo 1. Instrumento de recolección de información



UNIVERSIDAD DE MANIZALES
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



CARACTERIZACIÓN LAS PRÁCTICAS Y EVIDENCIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL SECTOR HOTELERO DEL DEPARTAMENTO DE CALDAS

Encuesta estructurada al Sector Hotelero rural y urbano del municipio de Manizales del departamento de Caldas. La aplicación del cuestionario a las empresas del sector hotelero, representa una oportunidad para obtener información valiosa que permita evaluar la responsabilidad social empresarial, con el fin de dar a conocer su contribución a la conservación del Paisaje Cultural Cafetero y al mismo desarrollo sostenible de la región.

La información recolectada con la aplicación de esta encuesta será utilizada solo para fines académicos dentro del Semillero de Investigación 'Ética- Empresa y Sociedad' de la Universidad de Manizales, de antemano agradecemos su valiosa colaboración:

INFORMACIÓN PERSONAL			
Nombre y Apellidos del Entrevistado:			
Cargo que desempeña en la compañía:			
Correo electrónico de contacto:			
Teléfono de contacto:			
INFORMACIÓN EMPRESARIAL			
Razón Social de la Empresa:			
Número de Identificación Tributaria N.I.T.:			
Dirección de la Empresa:			
Datos acerca de la fundación de la empresa:		Año de Creación: (AAAA).	Ciudad.
Tipo de sociedad constituida y número de empleados contratados:		a. Persona Natural	b. Persona Jurídica (Tipo Societario) EU L.TD.A S.A S.A.S S. Colectiva S.C.S S.C.A
No de Trabajadores que trabajan en la Empresa:		a. Inferior a 10	b. Entre 11 y 50 c. Entre 51 y 200

Questionario de preguntas

A. Aspectos generales sobre RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL y Compromiso Ético de la empresa

1. ¿La organización conoce el concepto de RSE?

No, no sabemos qué es eso	1
Alguna vez lo escuchamos	2
Estamos apenas conociendo el concepto	3
Estamos trabajando sobre el tema	4
Sí, se tiene claridad en el tema	5

Si la respuesta (5), ¿De su definición?

2. El hotel implementa un Manual de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

No, no sabemos qué es eso	1
Alguna vez lo intentamos hacer	2
Estamos pensando cómo hacerlo	3
Ya estamos en ese proceso	4
Sí, es una política empresarial	5

3. Dentro del plan estartegico de la organización, hay una política o estrategia de RSE:

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de formulación	3
Apenas se esta comensando a implementar	4
Sí, actualmente se cuenta con una estrategia	5

Si la respuesta es afirmativa (#5), cuál es dicha estrategia:

4. Marque con una X, las políticas que tiene establecidas el hotel y están socializadas con el grupo de interés:
- Política de apoyo y respeto a la protección de los derechos humanos.
 - Política de apoyo a la libre asociación de los trabajadores.
 - Política de no contratación de menores de edad o de trabajo forzoso.
 - Política de prevención del acoso sexual y el hostigamiento.
 - Política de protección y preservación del medio ambiente.
 - Política en contra de la explotación sexual.
 - Política de reciclaje o reutilización de desechos.
 - Política de Buen Gobierno corporativo y Código de ética.
 - Política definida de Cultura Organizacional basada en valores socialmente responsable.
 - Política para el fomento de una causa con donaciones directas o indirectas.
 - Política de distribución y repartición de dividendos.
 - Política de contratación con entidades proveedoras y subcontratistas.
 - Política de evaluación periódicamente de los niveles de satisfacción de sus clientes e implementa Estrategias para la Fidelización y Retención de ellos (CRM).
 - ¿Otra, Cuál?

5. El hotel implemente acciones de la Norma I.S.O. 26.001, sobre (Buenas prácticas socialmente responsables)

No tiene conocimiento	1
Más adelante lo haremos	2
Vamos a iniciar pronto	3
Ya iniciamos el proceso	4
Estamos respaldados por la norma	5

6. Marque con una X, las certificaciones que posee actualmente hotel:
- Norma técnica (NTC 150) I.S.O. 14001:2004. "Sistema de gestión ambiental MINCIT". ¿Fecha certificación?
 - Norma I.S.O. 18.001 (OHSAS.), que reglamenta la auditoría en buenas prácticas laborales en Salud Ocupacional y Seguridad Industrial laboral?. ¿Fecha certificación?
 - Norma SA.8000, que audita el tema de derechos humanos, basada en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales, que incluye justicia social y los derechos de los trabajadores. Certifica la SAI (Social Accountability International - Responsabilidad Social Internacional). ¿Fecha certificación?
 - ¿Otra, Cuál?

B. Aspectos sobre la Dimensión Económica de la RSE → E- INTERNA

1. De los siguientes requisitos legales para prestar el servicio de alojamiento, seleccione con una X, en los que cumple actualmente esta organización:

- | | |
|---|--|
| a. Registro en Cámara de Comercio. | e. Registro de huéspedes. |
| b. Impuesto de Industria y Comercio. | f. Normas de manipulación de alimentos. |
| c. Disponibilidad de agua potable. | g. Inscripción en el Registro Nacional de Turismo. |
| d. Normas de manejo de aguas recreativas. | h. ¿Otra, Cuál? |

2. ¿Conoce los beneficios tributarios otorgados para la hotelería según decreto 463 de Marzo de 2016?, por el cual se reglamenta la renta exenta de los servicios hoteleros prestados por hoteles construidos entre el 1° de Enero de 2003 y el 31 de Diciembre de 2017, indicando que estarán exentas del impuesto sobre la renta por un término de 30 años, contados a partir del año gravable en el que se inician las operaciones.

No los conocen	1
Alguna vez escuchamos de ellos	2
Está en proceso de implementarse	3
Apenas se esta comensando a implementar	4
Si, actualmente se cuenta con los beneficios	5

3. Marque con una X, los criterios que cumple la empresa:
- Legalización de los libros.
 - Depósito de cuentas y auditoría.
 - Cumpliendo con las normas legales que les afecten.
 - Al día en obligaciones tributarias.

4. La empresa gestiona desde el presupuesto un rubro para **Inversión Social y ambiental**

No, no sabemos cómo se hace	1
Alguna vez lo intentamos hacer	2
Estamos pensando cómo hacerlo	3
Ya estamos en ese proceso	4
Si, actualmente se hace	5

5. El hotel cuenta con un **sistema de incentivos económicos o auxilios para los colaboradores** en diferentes casos, sin importar su vinculación laboral o su área de desempeño, márkelos con una X:

- | | |
|---|----------------------------|
| a. Participación accionaria o división de las utilidades. | e. Auxilio por Matrimonio. |
| b. Bonificaciones. | f. Auxilio por Maternidad. |
| c. Auxilio por Calamidad doméstica. | g. Otro ¿cuál? _____ |
| d. Auxilio por Educación. | |

E-EXTERNA

1. El hotel participa en el desarrollo de planes y proyectos que promuevan el turismo en la región.

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de diseño	3
Casi siempre se hace	4
Si, actualmente se hace	5

¿Cuáles? _____

2. De los cuatro (4) **valores de excepcionalidad del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCC)**, seleccionen cuáles son los más representativos para su organización:

- Esfuerzo humano familiar que ha pasado de generación en generación, para producir un café de excelente calidad.
- Cultura cafetera para el mundo.
- Capital Social estratégico.
- Conservación y equilibrio entre tradición y tecnología para garantizar la calidad y sostenibilidad.

3. El hotel cuenta con el **sello de:**

- a. La **"Marca de Las Rutas del Paisaje Cultural Cafetero"**, iniciativa regional para promocionar y posicionar los diferentes atractivos turísticos y culturales de la Zona Cafetera del PCC, con el fin de que las empresas puedan vender sus planes de viajes.

No tiene conocimiento	1
Más adelante lo haremos	2
Vamos a iniciar pronto	3
Ya iniciamos el proceso	4
Estamos respaldados por el sello	5

¿Cuándo lo obtuvo? _____

NO ____ ¿Por qué? _____

- b. El hotel si aparte de hotelería desarrolla el cultivo de su propio café, cuenta con el **sello de "Calidad Marcas - Café del PCC- Para agricultores"**. ¿Cuándo lo obtuvo? _____. Si no aplica, se lo exigen a sus proveedores? _____

No tiene conocimiento	1
Más adelante lo haremos	2
Vamos a iniciar pronto	3
Ya iniciamos el proceso	4
Estamos respaldados por el sello	5

¿Cuándo lo obtuvo? _____

Si no aplica, se lo exigen a sus proveedores? _____

4. **Marque con una X, los criterios que tiene en cuenta el hotel en los procesos de negociación con entidades financieras, proveedoras y subcontratistas:**
- Utiliza criterios económicos y de prácticas socialmente responsables para seleccionar a las entidades con las que trabaja.
 - Verifican que cumplan con su misma filosofía de responsabilidad social.
 - Incorporación en actividades de mejora en procesos y servicios.
 - Negociación de las condiciones de pago en base a criterios prefijados.
 - Cumplimiento de las condiciones de pago acordadas, e incluso en varias ocasiones se paga con anticipación al plazo acordado, de tal forma que mejora la relación con ellos.
 - Gestiona la información que se deriva del control de las colaboraciones.
 - Contrata con organizaciones que demuestran Condiciones de Trabajo Digno para sus empleados en la región.

5. El hotel realiza alianzas estratégicas con otras empresas.

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de diseño	3
Casi siempre se hace	4
Si, actualmente se hace	5

¿Cuáles?

Nunca, ¿Por qué?

6. El hotel ha recibido reconocimientos empresariales por la buena gestión.

Nunca ha recibido	1
Alguna vez recibimos	2
Fue nominado en algún evento	3
Casi siempre reciben reconocimientos	4
Si, actualmente hemos recibido reconocimientos	5

¿Cuáles?

Nunca, ¿Por qué?

C. Aspectos sobre la Dimensión Social de la RSE → S- INTERNA

1. ¿El hotel implementa protocolos de selección y promoción para sus empleados, con base en sus capacidades profesionales, respetando sitios de origen, género y edad?

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de diseño	3
Casi siempre se hace	4
Si, actualmente se hace	5

2. **Marque con una X, las formas como el hotel motiva a sus empleados con estrategias diferentes al pago de salarios:**

- Mecanismos para tomar las opiniones o sugerencias de los colaboradores respecto a solución de problemas, ideas innovadoras y mejoramiento de la calidad de vida de los mismos.
- Programas de apoyo a estudios técnicos y/o profesional con opciones de ascenso dentro y fuera de sus áreas de desempeño.
- Programas de orientación y entrenamiento a empleados de los diferentes niveles jerárquicos garantizando la incorporación de los valores y principios éticos a los procesos de trabajo.
- Mecanismos para el consenso en flexibilidad de jornadas laborales y determinación de horarios con colaboradores que así lo requieran.
- Otro, ¿Cuál?

3. ¿Tiene implementados la compañía canales de comunicación y negociación para cualquier tipo de inconformidad de los grupos de colaboradores organizados (sindicatos)?

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de diseño	3
Casi siempre se hace	4
Si, actualmente se hace	5

4. Marque con una X, las actividades de recreación que el hotel patrocina para los colaboradores y sus familias:
- | | |
|-------------------------------------|------------------------------|
| a. Cenas especiales | e. Brigadas de salud |
| b. Obsequios de fin de año | f. Apoyos escolares. |
| c. Viajes | g. Subsidios de alimentación |
| d. Jornadas culturales y deportivas | h. Otros, ¿Cuáles? _____ |
5. Marque con una X, las formas de apoyo que brinda el hotel a los colaboradores con cercano ingreso a jubilación, respecto a:
- | | |
|--------------------------------|---|
| a. Al proceso jurídico | c. Entrega de bonificación por jubilación |
| b. Acceso a fondo de empleados | d. Otro, ¿Cuál? _____ |

S-EXTERNA

1. Marque con una X, las acciones propias o gremiales que realiza el hotel para contribuir a la generación de condiciones que permitan la expansión del espíritu empresarial de la región.
- | | |
|--------------------------------------|------------------------|
| a. Apoyo para emprendimientos. | d. Patrocinios |
| b. Convocatorias proyectos sociales. | e. Otros, ¿Cuál? _____ |
| c. Voluntariado | |
2. Marque con una X, las áreas de atención que el hotel establece voluntariamente para realizar inversión en programas de apoyo, relación y el pleno desarrollo de las comunidades que hacen parte del PCC para mejorar su calidad de vida:
- | | |
|---|--|
| a. Protección y prevención en salud. | g. Alimentación de niños en situación de vulnerabilidad |
| b. Recreación y deporte. | h. Interacción con las familias del PCC compartiendo sus costumbres. |
| c. Vivienda digna. | i. Conocimiento del proceso de cultivo productivo del café |
| d. Educación (Formación y capacitación) | j. Preservación de la cultura cafetera |
| e. Apoyo económico a fundaciones u organizaciones sociales. | k. Generación de empleo |
| f. Fomentan la sana convivencia | l. Otros, ¿Cuál? _____ |

3. ¿Realiza el hotel Balance Social Anual?, según la Guía de Memorias de Sostenibilidad (Global Reporting Initiative GRI)

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de diseño	3
Casi siempre se hace	4
Si, actualmente se hace	5

4. El hotel adquiere en forma de contribución, café de las fincas productoras provenientes de las zonas establecidas en el PCC.

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de negociación	3
Casi siempre se hace	4
Si, actualmente se hace	5

5. ¿El hotel realiza apoyo a los sectores geográficamente incluidos en las Rutas del Paisaje Cultural Cafetero (publicidad de las rutas, información de alojamientos, terminales, agencias de viaje, aerolíneas u otros) que contribuyan al fomento de la región como destino turístico?

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de diseño	3
Casi siempre se hace	4
Si, actualmente se hace	5

D. Aspectos sobre la Dimensión Ambiental de la RSE → A- INTERNA

1. ¿El Hotel cuenta con planes, objetivos y metas ambientales?

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de diseño	3
Casi siempre se hace	4
Si, actualmente se hace	5

¿Cuáles? _____

Nunca, ¿Por qué? _____

2. ¿El Hotel realiza programas de educación ambiental para sus colaboradores?

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de diseño	3
Casi siempre se hace	4
Si, actualmente se hace	5

¿Cuáles? _____

Nunca, ¿Por qué? _____

3. Marque con una X, los procesos de administración verde que desarrolla el hotel:

- | | |
|--|---|
| a. Reciclaje. | g. Servicios amigables con el medio ambiente. |
| b. Reutilización y/o reducción de desechos. | h. Programas de educación ambiental para sus usuarios y proveedores. |
| c. Prácticas de compras ecológicas. | i. El hotel tiene políticas que prohíbe fumar tabaco en las instalaciones y zonas ecológicas del hotel, promoviendo el aire limpio. |
| d. Tratamiento de los residuos como el papel, plásticos y envases. | j. Otros, ¿Cuáles? _____ |
| e. Prácticas de ahorro y eficiencia minimizando el material y energía en los servicios. | |
| f. Realiza tratamiento a la concentración de los vertidos, los cuales son similares a los domésticos, principalmente las aguas servidas. | |

4. Marque con una X, los impactos que el hotel identifica al medio ambiente, para realizar prácticas de prevención en su posible impacto:

- | | |
|----------------------------|--------------------------------|
| a. Contaminación del agua. | d. Elevado consumo de agua. |
| b. Contaminación del aire. | e. Elevado consumo energético. |
| c. Generación de residuos. | f. Otros, ¿Cuál? _____ |

5. De las siguientes leyes ambientales nacionales en turismo, ¿cuáles conoce?:

- Decreto 1076 de 2015. "Decreto único reglamentario del Sector ambiente y Desarrollo Sostenible"
- Decreto 2028 de 2010. "Por el cual se reglamentan las licencias ambientales"
- Decreto 2436 de 2008. "Por medio del cual se reglamenta el acceso a rellenos sanitarios e incentivos municipal por disposición final de residuos"
- Decreto 838 de 2015. "Por medio del cual se reglamenta las disposiciones finales de residuos sólidos"
- Otra: ¿Cuál? _____

A-EXTERNA

1. El hotel desarrolla en forma voluntaria acciones y programas para preservar el Medio Ambiente, la flora y fauna, e incentivan y promueven los valores sociales del Paisaje Cultural Cafetero.

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de diseño	3
Casi siempre se hace	4
Si, actualmente se hace	5

¿Cuáles? _____

Nunca, ¿Por qué? _____

2. Marque con una X, los programas de prevención de contaminación que realiza el hotel:

- | | |
|---|--|
| a. Programas de limpieza de las zonas del PCC. | c. Manejo de las emisiones atmosféricas como la calefacción, las calderas y los equipos de aire acondicionado. |
| b. Reciclaje externos de papel, cartón, cartuchos de tinta. | d. Limpiezas cuencas hidrográficas. |
| | e. Otra: ¿Cuál? _____ |

3. ¿Se han realizado convenios, asociaciones o alianzas con organizaciones para promover la Educación Ambiental en pro de la conservación del PCC en la comunidad donde opera el Hotel o con región en general?

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de hacerlas	3
Casi siempre se hace	4
Si, actualmente se hace	5

¿Cuáles?

Nunca, ¿Por qué?

4. El hotel participa en comités, consejos o encuentros locales, regionales o nacionales para identificar, proteger, conservar, rehabilitar y transmitir a las generaciones futuras conocimiento y apropiación social del PCC del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) o para discutir temas de conservación ambiental y con el gobierno y la comunidad.

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de diseño	3
Casi siempre se hace	4
Si, actualmente se hace	5

¿Cuáles?

Nunca, ¿Por qué?

5. ¿El hotel desarrolla programas y actividades que contribuyen a la conservación del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) y al mismo desarrollo sostenible de la región.

Nunca se ha hecho	1
Alguna vez lo hicimos	2
Está en proceso de diseño	3
Casi siempre se hace	4
Si, actualmente se hace	5

¿Cuáles?

Nunca, ¿Por qué?

Muchas gracias por su amable y valiosa colaboración

Anexo 2. Consentimientos informados

UNIVERSIDAD DE MANIZALES CONSENTIMIENTO INFORMADO

De participación en la encuesta como parte del proceso de recolección de información en la investigación denominada “Caracterización de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) del Sector Hotelero del departamento de Caldas inscrito en el Paisaje Cultural Cafetero”.

Yo, _____ identificado(a) con cédula de ciudadanía No. _____ De _____ y con domicilio en _____

DECLARO

- Que LA UNIVERSIDAD DE MANIZALES, solicitó mi autorización para participar en una investigación adelantada la cual se tiene como título: **Caracterización de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) del Sector Hotelero del departamento de Caldas inscrito en el Paisaje Cultural Cafetero.**
- Que la participación se hará a través de una entrevista en una sesión en la cual se indagaran aspectos relacionados a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial.
- Al firmar el consentimiento informado acepto que los resultados de la investigación sean utilizados de la manera que el equipo de investigadores estimen conveniente para los propósitos académicos del proyecto y que se mantendrá la absoluta **confidencialidad de mis respuestas.**
- Que los resultados de la investigación en general, se darán a conocer académicamente pero que en ningún momento me van a entregar un informe detallado de los resultados.
- Acepto que la participación en dicha investigación no me reportará ningún beneficio de tipo material o económico, ni adquiero ninguna relación de tipo legal con **LA UNIVERSIDAD DE MANIZALES.**
- Doy fe, que para obtener el presente Consentimiento Informado, se me explicó en lenguaje claro y sencillo lo relacionado con dicha investigación, sus alcances y limitaciones; además que en forma personal y sin presión externa, se me ha permitido realizar observaciones y se me han aclarado las dudas e inquietudes que he planteado, además que de este consentimiento tendré copia si lo requiero.
- Dado lo anterior, manifiesto que estoy satisfecho/a con la información recibida y que comprendo el alcance de la investigación, así como mis derechos y responsabilidades al participar en ella.

En constancia firmo:

Nombre: _____

Firma: _____

Cédula No _____

Fecha: _____