

**IDENTIFICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL
SUBSECTOR TURÍSTICO DE GIRARDOT**

**LUZ ANGELA BARCALCEL QUEZADA
YENNIFER JOANNA LOZANO REINA**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT – CUNDINAMARCA
2017**

**IDENTIFICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL
SUBSECTOR TURÍSTICO DE GIRARDOT**

**LUZ ANGELA BARCALCEL QUEZADA
YENNIFER JOANNA LOZANO REINA**

TRABAJO DE GRADO

**DIRECTOR
GLORIA SORAYA ARIAS RAMIREZ**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT – CUNDINAMARCA
2017**

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mis padres quienes han sido mi fuente de inspiración y motivación personal, ya que ellos con su esfuerzo y dedicación me han inculcado innumerables valores que han hecho de mí, una gran persona; también quiero dedicar este trabajo a todas las personas que me han apoyado en este proceso y han estado para ayudarme a seguir adelante.

YENNIFER JOANNA LOZANO REINA

Quiero dedicar este trabajo en especial primero que todo a Dios por darme la oportunidad de disfrutar de esta etapa universitaria, y a quienes lo hicieron posible que son mi abuela y mis tías, y a mis demás familiares por su apoyo incondicional, por formarme como una persona valiosa y llena de valores, empoderada de estos para ser esa gran persona que soy hoy en día, y a todas aquellas personas que a mi alrededor me son incondicionales y son inspiración también de este nuevo logro de vida.

LUZ ANGELA BARCALCEL QUEZADA

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCION.....	12
1. TITULO.....	13
2. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION.....	14
2.1 AREA DE INVESTIGACION.....	14
2.2 LINEA DE INVESTIGACION.....	14
2.3 PROGRAMA.....	14
2.4 TEMA DE INVESTIGACION.....	14
3. FORMULACION DEL PROBLEMA.....	15
3.1 ANTECEDENTES.....	15
3.2 DESCRIPCION DEL PROBLEMA.....	16
3.3 FORMULACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	16
4. OBJETIVOS.....	17
4.1 OBJETIVO GENERAL.....	17
4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	17
5. JUSTIFICACION.....	18
6. MARCO DE REFERENCIA.....	20

6.1 ANTECEDENTES.....	20
6.2 MARCO TEORICO.....	21
6.3 MARCO CONCEPTUAL.....	22
6.4 MARCO GEOGRAFICO.....	24
6.4.1 Ubicación.....	24
6.4.2 Ubicación astronómica.....	25
6.4.3 Clima.....	25
6.4.4 Temperatura.....	25
6.4.5 Limites.....	25
6.4.6 Extensión y geografía.....	25
6.5 MARCO LEGAL.....	25
7. DISEÑO METODOLOGICO.....	45
7.1 TIPO DE INVESTIGACION.....	45
7.2 CARACTERIZACION DE LA POBLACION OBJETO DE ESTUDIO.....	45
7.3 TECNICAS DE RECOLECCION DE INFORMACION, PROCESAMINETO Y ANALISIS DE DATOS.....	46
8. CAPITULO I. ANALISIS DE LAS ENCUESTAS A LOS EMPLEADOS DE LOS HOTELES REGISTRADOS EN LA CAMARA DE COMERCIO DE GIRARDOT.....	47
9. CAPITULO II. ANALISIS DE LAS ENCUESTAS A LOS GERENTES DE LOS HOTELES REGISTRADOS EN LA CAMARA DE COMERCIO DE GIRARDOT.....	65

10. CAPITULO III. IDENTIFICAR QUE HOTELES DEL SECTOR ESTÁN REALIZANDO LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EVIDENTEMENTE.....	82
11. CAPITULO IV. IDENTIFICAR LOS HOTELES QUE HACEN UN MENOR APORTE A LO QUE ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA QUE SE CAPACITEN Y MEJOREN.....	83
12. CAPITULO V. REALIZAR PROPUESTAS PARA APROVECHAR AL MÁXIMO LAS CAPACIDADES DEL SECTOR HOTELERO PARA LA RETRIBUCIÓN DE LOS BENEFICIOS OBTENIDOS POR TODA LA PARTE TURÍSTICA DE GIRARDOT.....	84
13. PLAN DE ACCION.....	85
14. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	87
14.1 RECURSOS HUMANOS.....	87
14.2 RECURSOS INSTITUCIONALES.....	87
14.3 RECURSOS MATERIALES.....	87
14.4 RECURSOS FINANCIEROS.....	87
14.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	87
15. CONCLUSIONES.....	89
16. RECOMENDACIONES.....	90
BIBLIOGRAFIA.....	91
ANEXOS.....	93

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Ubicación geográfica.....	24

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Datos numéricos de los hoteles.....	45
Tabla 2. Nivel educativo.....	47
Tabla 3. Años de experiencia.....	48
Tabla 4. Años de antigüedad.....	49
Tabla 5. Tipo de contrato.....	50
Tabla 6. Prestaciones de ley.....	51
Tabla 7. Seguridad social.....	52
Tabla 8. Beneficios.....	53
Tabla 9. Políticas de ascenso.....	54
Tabla 10. Motivación.....	56
Tabla 11. Seguridad de los trabajadores.....	57
Tabla 12. R.S. con respecto al medio ambiente.....	58
Tabla 13. Satisfacción.....	59
Tabla 14. Satisfacción con la atención a los clientes.....	60
Tabla 15. Su superior lo motiva.....	61
Tabla 16. Comunicación entre empleados.....	62
Tabla 17. Comportamiento ético.....	63
Tabla 18. Nuevas tecnologías.....	64
Tabla 19. Estrellas.....	65
Tabla 20. ¿Qué es RSE?.....	66

Tabla 21. Contratación.....	67
Tabla 22. Capacitación.....	68
Tabla 23. Incentivos.....	69
Tabla 24. Actividades de carácter social.....	70
Tabla 25. Certificaciones o distintivos.....	71
Tabla 26. Beneficios.....	72
Tabla 27. Quejas y reclamos.....	73
Tabla 28. Seguridad de los trabajadores.....	74
Tabla 29. Convenios.....	75
Tabla 30. Facilidades de trabajar.....	76
Tabla 31. Impacto ambiental.....	77
Tabla 32. Tratamiento de desechos.....	78
Tabla 33. Lineamientos.....	79
Tabla 34. Consumo.....	80
Tabla 35. Programa de educación ambiental.....	81
Tabla 36. Plan de acción.....	85
Tabla 37. Presupuesto.....	87
Tabla 38. Cronograma de actividades.....	88
Tabla 39. Lista de hoteles.....	93

LISTA DE GRAFICAS

	pág.
Grafica 1. Nivel educativo.....	47
Grafica 2. Años de experiencia.....	48
Grafica 3. Años de antigüedad.....	49
Grafica 4. Tipo de contrato.....	50
Grafica 5. Prestaciones de ley.....	51
Grafica 6. Seguridad social.....	52
Grafica 7. Beneficios.....	53
Grafica 8. Políticas de ascenso.....	55
Grafica 9. Motivación.....	56
Grafica 10. Seguridad de los trabajadores.....	57
Grafica 11. R.S. con respecto al medio ambiente.....	58
Grafica 12. Satisfacción.....	59
Grafica 13. Satisfacción con la atención a los clientes.....	60
Grafica 14. Su superior lo motiva.....	61
Grafica 15. Comunicación entre empleados.....	62
Grafica 16. Comportamiento ético.....	63
Grafica 17. Nuevas tecnologías.....	64

INTRODUCCION

El presente trabajo forma parte de la investigación denominada “identificación de la responsabilidad social empresarial en el subsector turístico de Girardot”, con este estudio se pretende identificar que se está manejando sobre la responsabilidad social en estos hoteles y cuáles son las falencias que tienen para no realizar todo lo que tiene que ver con responsabilidad.

Esta información obtenida en esta investigación es un soporte para los hoteles, con la cual tendrán en cuenta que les hace falta, que deben mejorar en todo lo que abarca responsabilidad social empresarial en la parte ambiental, cultural y social ya que se tiene la idea que responsabilidad social es solo la parte ambiental cuando no es así porque para ser responsables socialmente debemos mirar los otros aspectos que también influyen.

Tener una clara idea de que significa en si ser responsable socialmente va a permitir que se pueda ejercer con total confianza y claridad todas las actividades que realice el hotel para con la comunidad, empleados y el ambiente ya que se tendrán estipuladas las metodologías a utilizar.

La metodología aplicada en esta investigación es cuantitativa, mediante la cual se pretende conocer el manejo que las empresas del sector turístico le están dando a la responsabilidad social. Para la obtención de información se utilizará las fuentes primarias, elaborando una serie de cuestionarios que se aplicaran mediante el instrumento de encuesta. Para un mejor alcance de la información se utilizará la investigación en documentos públicos.

El mundo de los hoteles cada día está creciendo y cada día también deben ser más responsables socialmente en la comunidad en la que están, ya que lo que hagan o dejen de hacer afecta directamente el ambiente en el que se encuentran, por eso ahora ya se habla de manejar normas de sostenibilidad en estos lugares, en donde se debe manejar un adecuado uso del agua y luz, y tener estipulado el reciclaje con las basuras.

1. TITULO

**IDENTIFICACION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL
SUBSECTOR TURISTICO DE GIRARDOT**

2. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION

2.1 AREA DE INVESTIGACION

Turismo y sociedad

2.2 LINEA DE INVESTIGACION

Desarrollo turístico

2.3 PROGRAMA

La investigación está contenida dentro del programa Administración de Empresas.

2.4 TEMA DE INVESTIGACIÓN

Según la guía opciones de grado de la Universidad de Cundinamarca, marzo de 2012, el tema correspondiente del presente documento es: De la actividad investigativa, proyecto monográfico tipo de investigación. “como requisito para el desarrollo de cualquiera de las actividades investigativas”, este análisis se efectuará teniendo en cuenta la responsabilidad social empresarial en el subsector turístico en Girardot, para conocer el impacto que está teniendo en el municipio.

3. FORMULACION DEL PROBLEMA

3.1 ANTECEDENTES

Es evidente el interés que ha generado el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el mundo académico durante la última década. No obstante, en la literatura científica son escasos los trabajos e investigaciones sectoriales en el tema y más aún en empresas del sector turístico.

Según estudio realizado por David Peña y Antoni Cantallops se llevó a cabo una investigación aplicada a una empresa del sector hotelero de la ciudad de Santa Marta, Colombia. Se hizo una revisión extensa de la literatura relacionada con las teorías y modelos de gestión de RSE y se aplicó el método del estudio de caso para realizar la investigación empírica respectiva. El estudio nos muestra como resultados un diagnóstico empresarial y una propuesta de mejoramiento en materia de RSE para el establecimiento hotelero. 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. (SERRA)¹

Teniendo en cuenta los objetivos de la investigación y el nicho del contexto, se aporta un análisis, una discusión y la construcción de los criterios que se deben llevar a cabo sobre la responsabilidad social empresarial en el turismo. En los últimos años ha habido un incremento importante en la oferta de nuevas estrategias o recreaciones en el sector turístico del país, esto le da un incremento importante a unos de los subsectores que es el hotelero ya que es el encargado de manejar el alojamiento de todos los turistas que van a dichas recreaciones o sitios nuevos a los que visitar.

La fuerte competencia que existe a los alrededores de Girardot en el entorno turístico, podría ocasionar la quiebra de algunos de los establecimientos. Retomando lo anterior la competencia es fuerte, pero se refleja en una mejor calidad de precios y variedad de actividades. Donde se ofrezcan más servicios con

¹ PEÑA MIRANDA, David Daniel & CANTALLOPS, Antoni Serra. "Responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso de empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta". Obtenido de internet: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000600006. Consultado el 20 de febrero del 2017.

excelente calidad a precios justos, siempre se estará dentro del mercado y quien no tenga un esquema de costos adecuado saldrá. Este es un momento excelente para la parte turística colombiana, la competencia es lo que en última instancia permite estar dentro del mercado.

Al igual que otros sectores de la economía, el turismo a nivel de Girardot enfrenta el reto de la modernización y del desarrollo tecnológico. Este paso es fundamental para colocar el municipio en niveles competitivos en materia turística.

3.2 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

En Girardot se especula que se están presentando cada día más empresas en el sector hotelero en el ámbito formal e informal, he aquí la necesidad de conocer e identificar que empresas están empleando a su máximo y mínimo nivel todo lo que corresponde a la responsabilidad social empresarial con la comunidad girardoteña para así poder emplear una estrategia a seguir.

Se busca reconocer las capacidades que posee cada organización al emplear sus recursos de la mejor manera para contribuir con el desarrollo económico-social de Girardot para un beneficio mutuo entre empresas y los ciudadanos.

3.3 FORMULACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Las empresas del sector hotelero se encuentran capacitadas técnicas y profesionalmente para tener una responsabilidad social con todos los habitantes de Girardot y los turistas?

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar cuáles son las empresas del sector hotelero que se benefician de la parte turística de Girardot y como están ejerciendo la responsabilidad social empresarial para contribuir con el desarrollo económico social.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar que hoteles del sector están realizando la responsabilidad social evidentemente.
- Identificar los hoteles que hacen un menor aporte a lo que es la responsabilidad social para que se capaciten y mejoren.
- Realizar propuestas para aprovechar al máximo las capacidades del sector hotelero para la retribución de los beneficios obtenidos por toda la parte turística de Girardot.

5. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación de la responsabilidad social empresarial en el subsector turístico de Girardot en la parte hotelera y de alojamiento, se llevará a cabo para que este tenga una capacidad más amplia del desarrollo turístico en un futuro, generando un gran efecto positivo sobre la economía local.

“Se le llama responsabilidad social, a la obligación y/o compromiso que los miembros de una determinada sociedad, comunidad, ya sea individualmente cada uno, o bien como parte de un grupo social, tendrán entre sí, así como también para con la sociedad o comunidad en su conjunto”².

Una problemática que se ve reflejada es el hotelería informal en la parte de apartamentos o residencias que se utilizan con fines de alojamiento y hospedaje, pero no tienen Registro Nacional de Turismo. Dado esto, es algo que no lleva un control y perjudica a los demás hoteles que sí están formalizados, ya que es una competencia desleal. De tal manera estos propietarios de las residencias están obteniendo un lucro propio, donde no están contribuyendo de la manera de generar empleo a los residentes de Girardot

Se busca conseguir la mejora continua de todos aquellos aspectos en los cuales se ve afectado directamente el turismo del municipio, convirtiéndolo en un destino mucho más atractivo que el de hoy en día, y aun así más capaz de ser responsable y comprometido de absorber una tipología de oferta y demanda, donde esta tenga un aporte beneficioso al municipio y por supuesto a sus habitantes, brindarles oportunidades económicas, sociales y ahora medioambientales. Es de suma importancia fomentar y coordinar una serie de iniciativas turísticas, donde estas nos conlleven a que se produzca una rentabilidad económica y social a medio y largo plazo.

El plan requiere fomentar la capacidad emprendedora, que vean reflejada una zona de oportunidad para el desarrollo de sus proyectos de creación de empresas o de nuevos productos turísticos, de tal manera, mejorando la formación de los recursos humanos y la estabilidad en el empleo como una garantía de crecimiento y competitividad.

² “Definición tu diccionario hecho fácil, Definición de responsabilidad social”. Obtenido de internet <http://www.definicionabc.com/social/responsabilidad-social.php>. Consultado el 20 de febrero del 2017.

Esta investigación se va a llevar a cabo por medio de encuestas, donde allí se tendrá en cuenta un resultado cuantitativo, en base a las experiencias vividas de sus gerentes o creadores de la empresa; para de esta manera recolectar información sobre la responsabilidad social empresarial que estos manejan en sus organizaciones. Dicha investigación será realizada en los lugares que se llevan a cabo en el municipio como empresas turísticas.

6. MARCOS DE REFERENCIA

6.1 ANTECEDENTES

El tema de responsabilidad social empresarial en el sector hotelero ha desarrollado dos estudios a nivel nacional los cuales son:

- Trabajo de grado en la ciudad de Santa Marta, Colombia consecuente con el tema: (David Peña, 2012) “responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia”³ se concluye que la responsabilidad social empresarial no está obligada por una ley a realizarse pero como las empresas del sector turístico de esta ciudad y más específicamente las del sector hotelero dependen de la comunidad, de la calidad del medio ambiente, de los entornos socioculturales y del contexto internacional para su desarrollo tienen que plantearse renovar su concepción de empresa y tratar de generar las capacidades necesarias para asimilar e integrar el concepto y las características de una Empresa Socialmente Responsable.
- En la ciudad de Boyacá, Colombia se realizó un trabajo científico consecuente con el tema: (Irma Cantillo) “responsabilidad social empresarial en el sector hotelero de la provincia centro de Boyacá Colombia”⁴ se afirma que el 41% de los empresarios hoteleros no conocen el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, mientras que un 59% si han escuchado hablar de este. En el caso de los que conocen el concepto tienen conocimientos fraccionados al respecto. conforme al análisis realizado en cada uno de los elementos que componen la Responsabilidad Social Empresarial, las empresas hoteleras de la provincia centro de Boyacá casi siempre cumplen con dichos requerimientos, aunque no se puede afirmar que estas organizaciones son socialmente responsables.

A nivel local no se encontró ningún estudio o investigación físico o virtual que este centrado en la responsabilidad social empresarial en el sector turístico u hotelero, esta sería la primera evidencia de cómo se está manejando la responsabilidad en los hoteles y quedaría la investigación abierta para futuros proyectos.

³ IBID.

⁴ CANTILLO GUTIERREZ, Irma Soraya. “Responsabilidad social empresarial en el sector hotelero en la provincia centro de Boyacá Colombia”. Obtenido de internet: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/43212/Documento_completo.pdf?sequence=1. Investigado el 3 de abril del 2017.

6.2 MARCO TEORICO

Los siguientes autores definen que es responsabilidad social empresarial:⁵

- Howard Bowen- 1953 “señala que el accionar de las grandes empresas provoca un impacto concreto en una cantidad importante de ciudadanos, por lo que se presenta como necesaria la vinculación de políticas y toma de decisiones en las firmas con base en los objetivos y los valores de la sociedad”. Toda empresa siempre va a generar un impacto en la sociedad que lo rodea, es por esto que el señor Howard Bowen cree que se deben crear unas políticas y unas tomas de decisiones basados en la comunidad que está en el entorno de la empresa, en que valores esta sociedad tiene, a que objetivos quiere llegar, para así poder centrar las decisiones futuras de la organización en eso.
- Davis K.- 1960 “propuso que la responsabilidad de las empresas se da en función de la cantidad de poder que estas tienen sobre la sociedad. De tal modo, aquellas que ejercen mayor impacto por la derrama económica y su cercanía con ciertos grupos de poder tendrán mayor responsabilidad social. En esas aproximaciones, la responsabilidad de los empresarios se aprecia como aquella labor que está en función no solo de sus intereses, sino también de los de la sociedad en general”. Esta propuesta del señor Davis es más un acuerdo en donde la responsabilidad depende de la cantidad de poder que las empresas tienen sobre la sociedad, lo que quiere decir que entre más dinero estas obtengan en la comunidad donde se posee la organización más debe ser la retribución social con esta misma, todo depende de que tan grande es el beneficio económico que se obtiene.
- Johnson H.L.- 1971 “encontró cuatro visiones del concepto que se pueden complementar en la práctica: En la primera señala lo importante que es para las empresas conocer el entorno en que desarrollan sus actividades. La segunda se relaciona con la puesta en marcha de programas sociales con la intención de generar mayores ganancias. La tercera centra el interés de la empresa en obtener la máxima ganancia, tanto en lo económico como en lo social, con su accionar. La cuarta visión tiene que ver con el peso específico de los grupos de interés y la generación de riqueza”. Esta visión es la más amplia entre los autores que quieren dar a conocer que es responsabilidad social

⁵ RAUFFLET, Emmanuel; LOZANO AGUILAR, José Félix; BARRERA DUQUE, Ernesto y GARCIA DE LA TORRE, Consuelo. Capítulo 1, página 3. “Responsabilidad social empresarial”. Editorial Pearson. Investigado el 4 de marzo de 2017.

empresarial, y esto solo se logró hasta 1971 donde se empieza a tener claridad de que se quiere lograr con esta responsabilidad y a quien va dirigida, aunque cabe destacar que la única práctica que no nombra es la de la responsabilidad con el medio ambiente, por esta razón no es un concepto totalmente correcto o completo.

- Milton Friedman- 1976 “planteó una teoría según la cual la única responsabilidad social de los negocios consiste en maximizar la rentabilidad para los accionistas dentro del marco de la ley, utilizando los recursos de la manera más eficiente posible podrá ofrecer a la sociedad los mejores productos y servicios al precio más razonable y generar empleo, producción e inversión”. En resumen, el señor Milton Friedman da a entender que la responsabilidad social solo se ve reflejada cuando la organización ofrece productos y servicios a un precio razonable y genera empleo, producción e inversión, no ve necesario el hecho de preocuparse también por el ambiente que lo rodea y si su razón social está afectando a este o el preocuparse por el bienestar de sus empleados.

6.3 MARCO CONCEPTUAL

Para el desarrollo y mayor claridad del documento entenderemos las siguientes palabras así:

- **Derechos Humanos** Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional y deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.
- **Empresas** Organización o institución dedicada a perseguir fines económicos para satisfacer necesidades de un bien o servicio de las personas.
- **Excursionista (o visitante del día)** Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.
- **Formas de turismo** Existen tres formas fundamentales de turismo: el turismo interno, turismo receptor y turismo emisor. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a las siguientes otras formas de turismo: turismo interior, turismo nacional y turismo internacional.

- **Fuerza de trabajo** Hay trabajos que demandan de parte del trabajador que los lleva a cabo un mayor compromiso físico, más fuerza, mientras que hay otros que demandaran una menor intervención del físico y más de la parte mental, de todos modos y más allá de esto, siempre, ambas cuestiones, la física y la mental, intervienen en la realización de cualquier trabajo y por ello a las dos se las considera como condiciones básicas e importantísimas.
- **Investigación** También permite hacer mención al conjunto de actividades de índole intelectual y experimental de carácter sistemático, con la intención de incrementar los conocimientos sobre un determinado asunto.
- **Medio ambiente** Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales, deberán adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental y fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente
- **Normas Laborales** Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva; deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio; abolir de forma efectiva el trabajo infantil; y eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación
- **Organizaciones** Hace referencia a aquellas entidades que son creadas por individuos que comparten similares intereses y valores que buscan lograr ciertos objetivos a través de la misma.
- **Producción** En todos los sentidos de su uso está estrechamente vinculado con la acción de producir y fabricar algo, ya sea nuevo o algo ya hecho pero que es necesario seguir generando por la demanda que ostenta.
- **Recursos** Se denomina recursos a aquellos que aportan algún tipo de beneficio a la sociedad. En economía, se llama recursos a aquellos factores que combinados son capaces de generar valor en la producción de bienes y servicios.
- **Responsabilidad social empresarial** Es la responsabilidad que adquiere una empresa tanto económico, social y ambiental con respecto a la sociedad en la que se encuentra.
- **Salario** Es el pago que en forma periódica un trabajador de parte de su empleador en concepto y a cambio de los servicios prestados y por los cuales fue previamente contratado por él.

- **Seguridad de los trabajadores** Los trabajadores han de conocer los procesos y controles de trabajo a la perfección. Deben contar con las herramientas y equipos de trabajo necesarios para sus funciones y estar al tanto de la política de protección de riesgos laborales de la empresa.

6.4 MARCO GEOGRÁFICO⁶

6.4.1 Ubicación. Girardot, se encuentra localizada sobre el margen derecho de los ríos Magdalena y Bogotá D.C. La ciudad está ubicada en la Región Andina central de la República de Colombia, al sur occidente el Departamento de Cundinamarca. Limitando al Norte con los municipios de Nariño y Tocaima, al oriente con Ricaurte y al sur con el departamento de Tolima y el municipio de Nariño.

Llamada Ciudad de las Acacias con un clima tropical situada en la zona tórrida, ocupando un lugar de privilegio. Con una extensión de 138 Km² a 320 metros sobre el nivel del mar, cuenta con 120.000 habitantes aproximadamente, cuenta con un clima seco durante todo el año y brinda al interior del país un ambiente amable y tranquilo de esta manera es cada fin de semana una Ciudad de descanso ofreciendo un excelente servicio turístico, contando con una variadísima infraestructura hotelera.

Figura 1. Ubicación geográfica



Obtenido de sitios turísticos de Girardot Parranda⁷

⁶ MOLINA LOPEZ, Pablo Andrés y GAITAN GARCIA, Jhon Sebastián. “análisis de las condiciones de inserción a la vida laboral de los graduados en administración de empresas, Universidad de Cundinamarca, seccional Girardot. Trabajo de grado”. PAGINA 14. Investigado el 4 de marzo del 2017.

⁷ GUTIERREZ PARRADO, Elizabeth. “sitios turísticos de Girardot Parranda”. Ilustración obtenida de internet: http://girardotparranda.blogspot.com.co/2014_07_01_archive.html. Investigado el 18 de abril del 2017.

6.4.2 Ubicación astronómica. Coordenadas. Latitud: 4°18'13" Latitud Norte
Longitud: 74°48'14" Longitud Oeste

6.4.3 Clima. El mes más seco es Julio, con 47 mm de lluvia. La mayor cantidad de precipitación ocurre en octubre, con un promedio de 196 ms. agosto es el mes más cálido del año. La temperatura en agosto promedios 28.5 ° C. Las temperaturas medias más bajas del año se producen en noviembre, cuando está alrededor de 27.1 ° C.

6.4.4 Temperatura. La temperatura ambiente promedio es de 28°C, con temperaturas altas promedio de 35°C y mínimas promedio de 20°C. La sensación térmica producida por el viento hace de la temperatura ambiental disminuir de 1 a 2 grados. El agua presenta normalmente temperaturas entre los 15 a 20 grados.

6.4.5 Límites. Girardot limita con 4 municipios: Al oriente con Ricaurte (C/marca), al occidente con Nariño (C/marca), al norte con Tocaima (C/marca) y al sur con Flandes (Tolima).

6.4.6 Extensión y geografía. El municipio de Girardot tiene una extensión de 138 km², se encuentra en un terreno llano, enmarcado en las estribaciones de la cordillera oriental y con la denominada cordillera Alonso Vera en los límites con Nariño.

6.5 MARCO LEGAL

LEY 70 DE 2010 SENADO⁸

El Congreso de Colombia
DECRETA:

Artículo 1°. Objeto de la ley. El objeto de la presente ley es la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones, de tal manera que tiendan al logro de objetivos sociales, focalizando en aspectos como la protección de la niñez, la erradicación del trabajo infantil, la erradicación de la pobreza, el respeto de los derechos humanos y los comportamiento responsables ambientales basados en la prevención y la reparación de los daños ambientales.

⁸ "ley 70 de 2010 senado". Obtenido de internet.
http://www.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=70&p_consec=26348.
Investigado el 27 de febrero del 2017.

Artículo 2°. Campo de aplicación. La presente ley se aplica a todas las empresas medianas y grandes a que se refiere el artículo 2° de la Ley 590 de 2000. Así como a las filiales, sucursales y subsidiarias tanto de capital nacional como extranjero; a las sociedades de economía mixta; y las empresas industriales y comerciales del Estado, que cumplan los requisitos mencionados en el presente artículo.

Artículo 3°. Empresas micro y pequeñas. Las micro y pequeñas empresas que se acojan a lo dispuesto en la presente ley, tendrán los siguientes incentivos:

- Puntajes adicionales en licitaciones públicas,
- Facilidades de acceso a créditos superiores a determinado monto,
- Acceso a programas de fomento micro y pequeñas empresas,
- Fomento de Innovación Tecnológica,
- Otros que se incorporen en el futuro por el Gobierno Nacional.

Parágrafo. Las empresas a que se refiere el artículo 2° podrán apadrinar a las micro y pequeñas empresas, con el fin de acompañarlas durante el proceso de incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial, esto será acompañado por el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial.

Las empresas a que se refiere el artículo 2° podrán desarrollar planes dentro de su actividad de negocio y programas socialmente responsables beneficiando a la población vulnerable colombiana en especial a la niñez, la familia, la pobreza extrema y el medio ambiente.

Artículo 4°. La interpretación. Las normas contenidas en la presente ley deberán interpretarse teniendo en cuenta su impacto social y ambiental, y sin gravar, el giro económico de las empresas en sus actividades.

Artículo 5°. Informe anual. Será obligación de cada empresa que se acoja a la presente ley en el mes de diciembre de cada año, preparar y publicar un informe anual en el cual se especifique lo siguiente:

1. Cualquier impacto significativo de índole medio ambiental, social, económica o financiero de sus actividades durante el año que termina.
2. Una valoración de los impactos significativos en materia medioambiental, social, económica y financiera de cualquier actividad que tenga programada para el año inmediatamente siguiente.

3. Las políticas de empleo y las prácticas laborales particulares de la empresa, en lo que debe incluirse una medición de sus efectos y la participación de los trabajadores, entre otras.
4. Las políticas, planes, programas, proyectos y operaciones adelantados por la empresa para cumplir la Responsabilidad Social Empresarial.
5. Este informe no deberá contener información que al ser puesta a disposición del público perjudique seriamente a la empresa o viole la intimidad personal de directivos, trabajadores o accionistas.

Parágrafo transitorio. Plazo de gracia. El 31 de diciembre del año siguiente a la vigencia de la presente ley, las empresas a que se refiere el artículo 2° de esta ley, presentarán un informe provisional del año inmediatamente anterior de manera voluntaria. De allí en adelante, cada año, se presentará para el mes indicado el informe a que se refiere este artículo.

Artículo 6°. Actividad empresarial. Las empresas deberán tener en cuenta en el giro de sus negocios una valoración del impacto ambiental, social, económico y financiero en cada una de sus actividades.

La opinión de los accionistas será consultada y deberá responderse cualquier opinión expresada por estos sobre un proyecto en particular.

Artículo 7°. Consejo de Responsabilidad Social Empresarial (CRSE). Será potestativo del Gobierno la expedición de un reglamento para la puesta en marcha de un Consejo de Responsabilidad Social Empresarial que expida normas y evalúe el Estado actual de la responsabilidad empresarial y medio ambiental en Colombia, integrado por:

- El Ministro de Comercio, Industria y Turismo o su delegado.
- El Ministro del Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Rural o su delegado.
- El Ministro de la Protección Social o su delegado.
- El Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado.
- El Director del Sena.
- Dos representantes de universidades del país.
- El Presidente de la Confederación Colombiana de Consumidores.

- Dos representantes de los gremios de la industria y de la producción.
- Tres representantes de las ONG.
- El Consejo de Responsabilidad Social Empresarial podrá:
 1. Expedir directrices en cumplimiento de la presente ley, directrices que determinará teniendo en cuenta las características propias de cada sector productivo.
 2. Proyectar los reglamentos necesarios para determinar el cumplimiento de los contenidos de la ley.
 3. Fomentar la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas a que se refiere el artículo 2º de la presente ley.
 4. Realizar un plan de acompañamiento para las micro y pequeñas empresas en la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial.
 5. Publicar las acciones de las empresas socialmente responsables.
 6. Citar a los representantes legales de las empresas y pedir a las mismas, las informaciones necesarias.
 7. Divulgar, ante la comunidad las buenas y malas acciones de las compañías en materias sociales y medioambientales mediante anuncios publicitarios en medios masivos.
 8. Hacer auditorías aleatorias a las empresas sujetas a esta ley.
 9. Recibir las quejas que le formulen los afectados por la violación de la presente ley.

Parágrafo 1º. Para garantizar el cumplimiento de los mencionados requisitos, el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial se basará en indicadores de gestión diseñados de modo tal que permitan la objetiva valoración y evaluación de la sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera de las organizaciones.

Parágrafo 2º. Reglamentación. El Gobierno Nacional contará con un término de seis (6) meses, contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, para reglamentar la puesta en marcha y funcionamiento del CRSE.

Artículo 8º. El Gobierno Nacional promoverá entre las empresas que se acojan de manera voluntaria al presente proyecto de ley la certificación socialmente

responsable, que será un medio de promoción, difusión y calidad sobre la gestión en la materia de cada empresa.

Artículo 9°. Protección del trabajo infantil. El Gobierno Nacional, en cabeza del Ministerio de la Protección Social, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, con el apoyo de la Unicef, las Organizaciones No Gubernamentales y el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial (CRSE) desarrollarán como parte de su política pública un programa Nacional de Responsabilidad Social Empresarial sin explotación laboral infantil, desarrollando mecanismos que permitan el seguimiento y control del mismo.

Parágrafo. El Gobierno Nacional certificará que las empresas han elaborado sus bienes y servicios sin la explotación de mano de obra infantil mediante la creación de una etiqueta social denominada **Libre de Trabajo Infantil**.

Artículo 10. Vigencia. La presente ley rige a partir de su publicación.
De los honorables Senadores

ISO - Organización Internacional de Normalización ⁹

ISO cuenta con una membresía de 163 organismos nacionales de normalización de países grandes y pequeños, industrializados, en desarrollo y en transición, en todas las regiones del mundo. ISO cuenta con un portafolio de más de 18.400 normas, que proveen a las empresas, el gobierno y la sociedad de herramientas prácticas en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, ambiental y social. Las normas ISO hacen una contribución positiva al mundo en que vivimos. Ellas facilitan el comercio, la difusión del conocimiento, la difusión de los avances innovadores en tecnología y comparten prácticas de buena gestión y evaluación de conformidades. Las normas ISO aportan soluciones y logran beneficios para casi todos los sectores de actividad, incluyendo agricultura, construcción, ingeniería mecánica, manufactura, distribución, transporte, dispositivos médicos, tecnologías de información y comunicación, medio ambiente, energía, gestión de la calidad, evaluación de conformidades y servicios. ISO sólo desarrolla normas para las que exista un claro requerimiento de mercado. El trabajo se lleva a cabo por expertos en el tema, que vienen directamente de los sectores industrial, técnico y de negocios que han identificado la necesidad de la norma y que posteriormente la pondrán en uso. Estos expertos pueden trabajar conjuntamente con otros con conocimientos relevantes, como representantes de

⁹ISO."ISO 26000 responsabilidad social, 2010". Obtenido de internet. https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf. Investigado el 7 de marzo de 2017.

agencias gubernamentales, laboratorios de pruebas, asociaciones de consumidores, académicos y organizaciones internacionales gubernamentales y no gubernamentales. Una norma internacional ISO representa un consenso mundial sobre el estado del arte en el tema de esa norma.

La Norma internacional ISO 26000, Guía sobre responsabilidad social, ofrece armonizadamente una guía global pertinente para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo, basada en un consenso internacional entre expertos representantes de las principales partes interesadas, por lo que alienta la aplicación de mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo. ISO 26000, así como agrega valor al trabajo existente sobre la responsabilidad social (RS), extiende la comprensión y la implementación de la RS mediante:

- El desarrollo de un consenso internacional sobre lo que significa RS y los asuntos de RS que las organizaciones necesitan abordar
- El aporte de una guía para la traducción de los principios en acciones efectivas
- La afinación de las mejores prácticas que ya han evolucionado y la difusión de la información en todo el mundo para el bien de la comunidad internacional.

NORMA TÉCNICA SECTORIAL COLOMBIANA NTS-TS 002¹⁰

GESTIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD

El EAH debe diseñar, implementar, mantener, evaluar y mejorar la gestión para la sostenibilidad, con los registros o evidencias para demostrar el cumplimiento de los siguientes requisitos:

3.1 Autoridad y responsabilidad

El EAH debe:

- a. Contar con un líder;
- b. Definir las responsabilidades en la organización que garanticen el cumplimiento de los requisitos de esta norma;

¹⁰ Ministerio de comercio y turismo, y universidad de externado de Colombia facultad de administración de empresas turísticas y hoteleras “Norma técnica NTS-TS sectorial colombiana 002”. Obtenido de internet. <http://cotelcorisaralda.org/pdf/norma-tecnica-sectorial.pdf> investigado el 13 de mayo del 2017

- c. Establecer derechos y deberes de los colaboradores, proveedores, clientes y huéspedes en su compromiso con la sostenibilidad;
- d. Ejecutar las decisiones para el cumplimiento de los requisitos de esta norma.

3.2 Requisitos legales

El EAH debe identificar y documentar los requisitos legales que le sean aplicables y evaluar periódicamente su cumplimiento;

NOTA 24. Adelantar, cuando se requiera, el respectivo proceso de consulta previa en cumplimiento de lo establecido en el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), ratificado por la Ley 21 de 1991 y la Ley 70 de 1993.

3.3 Política de sostenibilidad

El EAH debe definir de manera participativa dentro de la organización, una política de sostenibilidad que:

- a. Incluya su compromiso con el mantenimiento o mejora de los impactos ambientales, socioculturales y económicos positivos y el manejo, minimización o eliminación de aquellos impactos negativos generados o relacionados con el desarrollo de su actividad;
- b. Referencie los derechos y deberes de los colaboradores, proveedores, clientes y huéspedes en su compromiso con la sostenibilidad;
- c. Esté disponible y sea difundida al público, a los colaboradores, a los proveedores, clientes y huéspedes.

3.4 Identificación de aspectos e impactos ambientales, socioculturales y económicos

El EAH debe:

- a. A partir de las actividades que realiza o desarrolla y de los productos o servicios que presta, identificar sus aspectos ambientales, socioculturales y económicos;
- b. A partir de la identificación de dichos aspectos, realizar una evaluación de impactos que permita determinar las prioridades de actuación e incluya consideraciones ambientales, socioculturales y económicas enfocadas a la sostenibilidad (Ver Anexo B).

3.5 Programas de gestión para la sostenibilidad

El EAH debe:

- a. A partir de la identificación de los aspectos e impactos significativos (Ver Anexo B), contar con programas enfocados a la sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica, que incluyan como mínimo objetivos, actividades, metas (cuantificables; cuando sea aplicable, alcanzables y medibles), recursos, responsables, plazos e indicadores para su logro y seguimiento, teniendo en cuenta al menos:
 - La política de sostenibilidad;
 - Los requisitos legales vigentes que les sea aplicable.

3.6 Información y sensibilización

El EAH debe:

- a. Contar con un programa de información y sensibilización para clientes, huéspedes y colaboradores, orientado a promover y difundir buenas prácticas de sostenibilidad;
- b. Capacitar a los colaboradores para el cumplimiento de los requisitos de la norma.

3.7 Documentación y registros

El EAH debe:

- a. Contar como mínimo con los procedimientos documentados para los siguientes numerales:
 - 3.2 Identificación y actualización de requisitos legales;
 - 3.4 Identificación de aspectos e impactos ambientales, socioculturales y económicos;
 - 3.9 Mejora continua.
- b. Contar como mínimo con la documentación que incluya los registros relacionados con:
 - 3.3. La política de sostenibilidad;

- 3.4. Identificación de aspectos e impactos ambientales, socioculturales y económicos;
- 3.5. Programas de gestión para la sostenibilidad;
- 3.9 Mejora continua.

NOTA 25. Esta información debe estar claramente identificada, disponible y legible, en cualquier formato o tipo de medio.

3.8 Preparación y respuesta ante emergencias

El EAH debe contar con el plan de emergencias y contingencias de acuerdo con la legislación vigente aplicable.

3.9 Mejora continua

El EAH debe:

- a. Realizar permanentemente acciones encaminadas al mantenimiento y mejoramiento de la gestión de sostenibilidad;
- b. Hacer monitoreo y seguimiento a los programas de gestión de sostenibilidad, que permita garantizar el cumplimiento de la política de sostenibilidad y de los demás requisitos de la norma.

4. REQUISITOS AMBIENTALES

4.1 Protección de la biodiversidad

4.1.1 Prevención del tráfico ilícito de flora y fauna

El EAH debe:

- a. Informar a sus clientes y huéspedes acerca de la legislación vigente aplicable y el régimen sancionatorio relacionado con el tráfico ilegal de especies de flora y fauna;
- b. Adelantar acciones que promuevan entre sus clientes y huéspedes comportamientos responsables con el entorno natural;
- c. Evitar la colección, comercialización y tráfico de especies animales o vegetales que no cuenten con los permisos y licencias respectivas otorgadas por las autoridades ambientales competentes;

- d. Evitar comercializar o consumir especies o productos derivados de la flora y fauna prohibidas o según vedas establecidos por la ley.

4.1.2 Apoyo a programas de protección y uso sostenible

El EAH debe:

- a. Respetar las rondas hídricas de los cuerpos de agua, humedales, lagos, lagunas, ciénagas y manglares, reservas de flora y fauna y áreas de alta amenaza y riesgo no mitigable, de acuerdo con la legislación vigente aplicable;
- b. Contar con información de las áreas naturales con uso recreativo permitido en el destino donde opere y promover que sus clientes y huéspedes las visiten, asumiendo comportamientos responsables;
- c. Contar con información que identifique con su nombre local y científico las especies arbustivas y arbóreas más representativas de su establecimiento;

NOTA 26. El medio de identificación lo define cada establecimiento.

- d. Adelantar acciones para que su iluminación externa no cause alteraciones en el medio natural;
- e. Adelantar acciones para que en la cobertura de las áreas verdes y su ornamentación prevalezcan las especies nativas del destino;
- f. Evitar la generación de impactos negativos, cuando diseñe, opere, promueva productos o preste servicios.

4.1.3 Gestión del agua

El EAH debe:

- a. Adelantar acciones para el ahorro y uso eficiente del agua, sin afectar el servicio y la operación;
- b. Registrar y monitorear periódicamente el consumo de agua;
- c. Desarrollar actividades periódicas de mantenimiento preventivo, en la infraestructura, equipos e instalaciones hidráulicas y sanitarias;
- d. Informar a los clientes, huéspedes y colaboradores sobre prácticas para el ahorro y el uso eficiente del agua;

- e. Utilizar agua potable para el consumo humano, de acuerdo con la legislación vigente aplicable;
- f. Informar a los clientes, huéspedes y colaboradores si el agua no es apta para el consumo humano;
- g. Cumplir con los requisitos definidos por la autoridad ambiental competente, relacionados con el manejo de aguas residuales.

4.1.4 Gestión de energía

El EAH debe:

- a. Adelantar acciones, para el uso eficiente de la energía que puedan disminuir el consumo sin afectar el servicio y la operación;
- b. Registrar y monitorear periódicamente el consumo de energía;
- c. Desarrollar actividades periódicas de mantenimiento preventivo, para el uso eficiente de la energía;
- d. Adelantar acciones y tener disponible información para promover que los colaboradores, clientes y huéspedes ahorren y hagan uso eficiente de la energía;
- e. Adelantar acciones para promover el uso de iluminación y ventilación naturales, sin comprometer las condiciones de calidad del servicio para los clientes, huéspedes;
- f. Promover el uso y aprovechamiento de fuentes renovables de energía.

4.1.5 Uso y manejo de productos químicos

El EAH debe adelantar las siguientes acciones, para el uso adecuado de productos químicos y para promover su minimización:

- a. Llevar un registro del consumo de productos químicos empleados;
- b. Usar productos químicos amigables con el ambiente de acuerdo con la disponibilidad del mercado;
- c. Emplear las dosis indicadas por el proveedor, para los productos químicos;
- d. Mantener copias actualizadas de las hojas de seguridad de cada uno de los productos químicos empleados, las cuales deben contener como mínimo la

siguiente información: composición del producto e instrucciones de manejo seguro del producto, transporte, almacenamiento, forma de disposición final y manejo en caso de ingestión, derrame o de emergencia. La información de las hojas de seguridad debe ser divulgada y estar disponible para consulta del personal relacionado con el manejo de estos productos;

- e. Evitar el uso y vertimiento de sustancias tóxicas contaminantes.

NOTA 27. Ver Anexo A, bibliografía recomendada.

4.1.6 Gestión y manejo de residuos

4.1.6.1 Manejo de residuos sólidos

El EAH debe:

- a. Llevar registros periódicos del tipo de residuos que genera y de sus cantidades;
- b. Adelantar acciones para el manejo integral de residuos, que incluya minimización, reutilización, separación, reciclaje y disposición de los mismos.

NOTA 28. Ver Anexo A, bibliografía recomendada.

4.1.6.2 Manejo de residuos peligrosos

El EAH debe:

- a. Establecer el manejo de residuos peligrosos, así como su disposición final, de acuerdo con la legislación vigente aplicable;
- b. Llevar registros periódicos del tipo de residuos que genera y de sus cantidades.

NOTA 29. Ver Anexo A, bibliografía recomendada.

4.1.7 Manejo de la contaminación atmosférica, auditiva y visual

El EAH debe:

- a. Identificar las fuentes de contaminación atmosférica, auditiva y visual, resultantes de su actividad;

- b. Adelantar acciones para promover el control y la disminución de la contaminación atmosférica, auditiva y visual, generada por el establecimiento, de acuerdo con la legislación vigente aplicable;
- c. Cumplir con la legislación vigente aplicable cuando establezca zonas para fumadores.

4.1.8 Material impreso

El EAH debe:

- a. Adelantar acciones para la reducción, reutilización y reciclaje del papel, o su reemplazo por medios magnéticos;
- b. Adelantar acciones para promover el uso de papel con criterios de sostenibilidad.

NOTA 30. Ver definición 2.34 Papel con criterios de sostenibilidad.

4.1.9 Gestión de emisión de gases efecto invernadero (GEI)

El EAH debe:

- a. Identificar las fuentes de emisión que generan GEI;
- b. Llevar un registro de uso que incluya tipo de equipo, fuente energética y consumo energético.

NOTA 31. Se recomienda ver el Anexo C de las fuentes de emisión que generan GEI, en el que se detallan las fuentes directas e indirectas.

NOTA 32. Se recomienda estimar las emisiones de las fuentes identificadas en el numeral a.

NOTA 33. Ver Anexo D y E para aplicar factor de conversión y calcular las emisiones.

NOTA 34. Para aquellos establecimientos de alojamiento que quieran implementar estrategias de reducción de emisiones de GEI, se recomienda consultar el Anexo F informativo (Requisito de opcional cumplimiento)

4.1.10 Gestión de emisión de sustancias agotadoras de la capa de ozono (SAO)

El EAH debe:

- a. Llevar un registro de todos los equipos de refrigeración y climatización identificando el tipo de equipo y cantidad de refrigerante;
- b. Garantizar que los sistemas de refrigeración y aire acondicionado contengan placa o etiqueta visible, en donde se indiquen claramente las especificaciones técnicas del fabricante y se mantengan las características del equipo. En caso de realizar cambio de refrigerante, debe especificar, el tipo, la cantidad y la fecha de la reconversión en la etiqueta;
- c. Realizar mantenimiento preventivo a los sistemas de refrigeración y aire acondicionado, según especificaciones técnicas del fabricante y condiciones de operación, utilizando los equipos y herramientas idóneas, evitando así su liberación a la atmósfera;
- d. Llevar un registro del mantenimiento que incluya: tipo de mantenimiento, cantidad de refrigerante adicionado o retirado, fecha, datos del técnico o empresa que realiza la intervención y uso del refrigerante retirado;
- e. Mantener a disposición de quien intervenga los equipos o dispositivos con SAO, la hoja de seguridad de la sustancia, como elemento primordial de consulta;
- f. Verificar que en el proceso de instalación, operación y mantenimiento de los equipos de refrigeración y aire acondicionado de uso comercial e industrial, se cumplan las normas de seguridad industrial y salud en el trabajo vigentes;
- g. Garantizar la gestión ambientalmente adecuada de las SAO, sus envases y residuos teniendo en cuenta la normatividad nacional vigente sobre almacenamiento, transporte y manejo de sustancias químicas peligrosas y residuos peligrosos.

NOTA 35. Ver Anexo A, bibliografía recomendada.

NOTA 36. Ver Anexo informativo F.

NOTA 37. Ver Anexos G y H.

NOTA 38. Se recomienda consultar los artículos 7°, 8°, 9°, 10° y 15° de la Ley 55 de 1993 por medio de la cual se aprueba el "Convenio No. 170 y la Recomendación número 177 sobre la seguridad en la utilización de los productos químicos en el trabajo".

5. REQUISITOS SOCIOCULTURALES

5.1 Conservación y uso sostenible del patrimonio cultural

El EAH debe:

- a. Informar a sus clientes y huéspedes acerca de la legislación vigente aplicable y el régimen de protección relacionado con la lucha contra el tráfico ilegal de bienes de interés cultural en Colombia;
- b. Participar o brindar apoyo en actividades de conservación, promoción o manejo responsable del patrimonio cultural dentro del destino donde opere;
- c. Cuando utilice en su material publicitario o en su decoración manifestaciones culturales producidas y elaboradas en el ámbito local, regional o nacional, usarlas de manera responsable para que no se afecte negativamente el patrimonio cultural;
- d. Informar de manera responsable a los huéspedes sobre los diferentes atractivos y actividades relacionadas con el patrimonio cultural del destino donde opere, así como de aquellos de interés cultural con declaratorias especiales;
- e. Capacitar periódicamente al personal de la organización para que oriente y brinde información de manera responsable a los clientes sobre los diferentes atractivos y actividades relacionadas con el patrimonio cultural del destino donde opere, así como de aquellos de interés cultural con declaratorias especiales;
- f. Cuando promueva las manifestaciones culturales locales, regionales o nacionales realizarlo de manera responsable;
- g. Cuando preste sus servicios en un bien inmueble o sector declarado como BIC, informar a los clientes sobre su valor patrimonial;
- h. En caso de que esté ubicado en un BIC, cumplir con la legislación vigente aplicable relacionada con su conservación;
- i. Diseñar, operar, promover productos o prestar servicios que no generen impactos negativos en el patrimonio cultural;
- j. Adelantar acciones que promuevan la gastronomía local, regional o nacional.

5.2 Manejo y prevención de riesgos sociales

El EAH debe:

- a. Incluir en la política de sostenibilidad su compromiso en contra de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNNA);
- b. Adelantar acciones enfocadas a la prevención de la ESCNNA, en el contexto de los viajes y el turismo;
- c. Capacitar periódicamente a sus colaboradores, en la legislación vigente aplicable relacionada con ESCNNA;
- d. Demostrar que sus colaboradores declaran su rechazo a la ESCNNA;
- e. Informar a los clientes, huéspedes y proveedores a través de medios visibles acerca de la legislación vigente aplicable relacionada con ESCNNA;
- f. Prevenir la explotación laboral infantil.

5.3 Apoyo a las comunidades

El EAH debe:

- a. Adelantar acciones para apoyar a las comunidades u organizaciones que elaboran productos o prestan servicios, que resalten las características culturales del destino donde opere;
- b. Capacitar a sus colaboradores para prevenir prácticas discriminatorias hacia las poblaciones vulnerables;
- c. Informar a través de medios visibles su compromiso con la no discriminación ni exclusión de las poblaciones vulnerables;
- d. Asegurar que no se ejerce ningún tipo de discriminación.

NOTA 39. Ver definición 2.36 de poblaciones vulnerables.

6. REQUISITOS ECONÓMICOS

6.1 Contratación y generación de empleo

El EAH debe:

- a. Dar prioridad en la contratación de colaboradores de base local, vinculándolos de manera directa a nivel operativo, administrativo o gerencial, en condiciones justas y equitativas de acuerdo con la disponibilidad del mercado y la legislación vigente aplicable;
- b. Dar prioridad en la contratación de proveedores de base local en condiciones justas y equitativas de acuerdo con la disponibilidad del mercado y la legislación vigente aplicable;
- c. Adelantar acciones para promover la capacitación de sus empleados y fortalecer sus competencias laborales.

6.2 Aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades

El EAH debe:

- a. Adelantar acciones para promover entre los clientes la compra de bienes, servicios, artesanías y productos, fabricados por personas o empresas de base local en condiciones comerciales justas y equitativas, de acuerdo con su disponibilidad en el destino donde opere;
- b. Adelantar acciones de capacitación que apoyen el fortalecimiento de las capacidades de las comunidades del destino donde opera.

6.3 Compras

El EAH debe:

- a. Promover acciones para la compra y el consumo de bienes y servicios producidos y comercializados por la población local en los destinos donde opera.

Se recomienda a los EAH:

- b. Identificar los bienes y servicios que adquiere o contrata para la prestación de su servicio y diseñar criterios de compra que incluyan consideraciones ambientales, socioculturales y económicas;

- c. Dar prioridad a los proveedores que incluyan en sus productos y servicios consideraciones sostenibles relacionadas con el desarrollo ambiental, sociocultural y económico, de acuerdo con la disponibilidad en el mercado;
- d. Adelantar acciones para reducir el uso de productos empacados y cuando sea necesario, promover su recuperación, reutilización o reciclaje.

6.4 Calidad y satisfacción del cliente

El EAH debe medir el grado de satisfacción de los clientes y huéspedes en relación con la calidad del servicio y con el cumplimiento de la política de sostenibilidad, adelantar acciones de mejora de acuerdo con los resultados obtenidos.

NOTA 40. Se recomienda tener en cuenta que la aplicación de los criterios de esta norma no debe ir en detrimento de la calidad y la operación del EAH.

7. CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA EL OTORGAMIENTO DEL CERTIFICADO DE CALIDAD TURÍSTICA

Los EAH deben cumplir con el ciento por ciento (100%) del total de los requisitos indicados en esta norma. Si algún requisito no es aplicable a los EAH, este debe justificar su exclusión. La exclusión es justificable solamente cuando las características del EAH y sus condiciones particulares no permitan cumplir ese requisito.

LEY 1336 DE 2009¹¹

El Congreso de Colombia
DECRETA:

Artículo 1°. Autorregulación en servicios turísticos y en servicios de hospedaje turístico. Los prestadores de servicios turísticos y los establecimientos que presten el servicio de hospedaje no turístico deberán adoptar, fijar en lugar público y actualizar cuando se les requiera, códigos de conducta eficaces, que promuevan políticas de prevención y eviten la utilización y explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en su actividad, los cuales serán diseñados de conformidad con lo previsto en el inciso 2° del presente artículo.

Un modelo de estos códigos se elaborará con la participación de organismos representativos de los sectores. Para estos efectos, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo respecto a los prestadores de servicios turísticos y la

¹¹ Ley 1336 de 2009. Obtenido de internet <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36877>. Investigado el 09 de junio de 2017

Superintendencia de Industria y Comercio respecto a los establecimientos de alojamiento no turístico, convocarán a los interesados. Tales códigos serán adoptados dentro del año siguiente a la vigencia de la presente ley, y serán actualizados en función de nuevas leyes, nuevas políticas o nuevos estándares de protección de la niñez adoptados en el seno de organismos internacionales, gubernamentales o no.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Superintendencia de Industria y Comercio adoptarán medidas administrativas tendientes a verificar el cumplimiento tanto de la adopción como de la actualización y cumplimiento constante de los códigos. Para tales efectos podrá solicitar a los destinatarios de esta norma la información que se considere necesaria. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Superintendencia de Industria y Comercio ejercerán las funciones de verificación de las obligaciones contempladas en este inciso y de sanción por causa de su omisión, conforme a lo dispuesto en el artículo 20 de la Ley 679 de 2001.

Las autoridades distritales y municipales realizarán actividades periódicas de inspección y vigilancia de lo dispuesto en este artículo, en caso de encontrar incumplimiento deberán remitir la información al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Superintendencia de Industria y Comercio, según el caso.

Artículo 5°. Adhesión a los códigos de conducta por parte de los prestadores de servicios turísticos. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, exigirá a los prestadores de servicios turísticos para efectos de su inscripción en el Registro Nacional de Turismo su adhesión al código de conducta señalado en el artículo 1° de esta ley. Igualmente requerirá a los prestadores de servicios turísticos ya inscritos a fin de que en los plazos y condiciones establecidos para la primera actualización del Registro que se efectúe con posterioridad a la elaboración de los códigos de conducta de que trata el artículo 1°, adhieran a los mismos. De la misma manera se procederá cada vez que los códigos de conducta sean modificados de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 1°, solicitando su adhesión ya sea en la inscripción de los nuevos prestadores o bien en la siguiente actualización del Registro Nacional de Turismo a los prestadores ya inscritos. La no adhesión a los códigos de conducta por parte de los prestadores impedirá que el Ministerio realice la correspondiente inscripción o actualización.

Artículo 6°. Estrategias de sensibilización. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo adelantará estrategias de sensibilización e información sobre el fenómeno del turismo sexual con niños, niñas y adolescentes, y solicitará para el efecto el concurso no sólo de los prestadores de servicios turísticos, sino también de los sectores comerciales asociados al turismo. El ICBF se integrará a las actividades a que se refiere este artículo, a fin de asegurar la articulación de tales estrategias con el Plan Nacional para la Erradicación de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes.

Artículo 7°. Promoción de las estrategias. Los prestadores de servicios turísticos, aerolíneas y empresas de servicio de transporte intermunicipal, prestarán su concurso a fin de contribuir con la difusión de estrategias de prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en actividades ligadas al turismo, utilizando para ello los programas de promoción de sus planes turísticos y medios de comunicación de que dispongan, cuando sean requeridos para el efecto por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

7. DISEÑO METODOLOGICO

7.1 TIPO DE INVESTIGACION

El tipo de investigación es cuantitativa, mediante la cual se pretende conocer el manejo que las empresas del sector turístico le están dando a la responsabilidad social.

7.2 CARACTERIZACION DE LA POBLACION OBJETO DE ESTUDIO

La población objeto de estudio serán los hoteles de Girardot con el registro nacional del turismo que tengan un mayor a 4 empleados a cargo.

La muestra se obtiene de 69 hoteles registrados en la cámara de comercio con el registro nacional del turismo, donde solo 9 hoteles registrados tienen a cargo a más de 4 empleados, el tamaño de la muestra es de 266 personas a su cargo con un margen de error del 5%.

Tabla 1 Datos numéricos de los hoteles

HOTELES	N° EMPLEADOS	N° DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	5	3	6.1%
MAGDALENA IMPERIAL HOTEL	6	5	10.2%
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	35	7	14.3%
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA LAS ACACIAS S.A.	183	12	24.5%
HOTEL REPUBLICANO 1910	5	5	10.2%
HOTEL PALMETO	18	7	14.3%
HOTELES EL CID Y ELIMAR	4	3	6.1%
EL GALEON INN	6	3	6.1%
EL DONAL	4	4	8.2%
TOTAL	266	49	100%

7.3 TECNICAS DE RECOLECCION DE INFORMACION, PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS

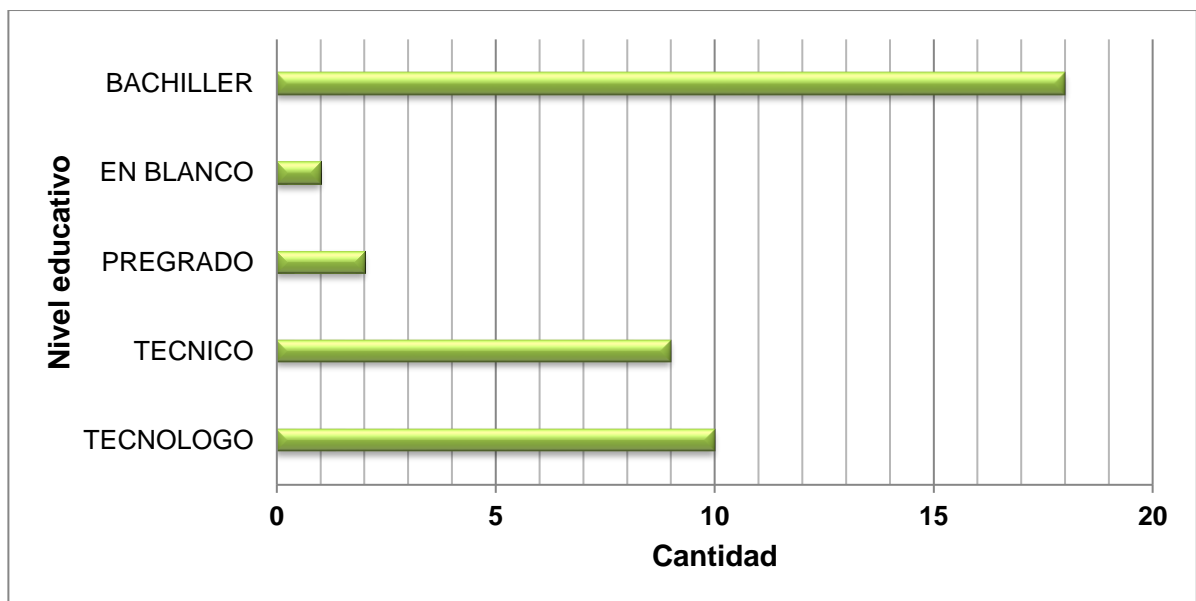
Para la obtención de información se utilizara las fuentes primarias, elaborando una serie de cuestionarios que se aplicaran mediante el instrumento de encuesta. Para un mejor alcance de la información se utilizará la investigación en documentos públicos.

8. CAPITULO I. ANALISIS DE LAS ENCUESTAS A LOS EMPLEADOS DE LOS HOTELES REGISTRADOS EN LA CAMARA DE COMERCIO DE GIRARDOT

1. Nivel educativo

Tabla 2 Nivel educativo

NIVEL EDUCATIVO	CANTIDAD	PORCENTAJE
BACHILLER	18	45%
EN BLANCO	1	2.5%
PREGRADO	2	5%
TECNICO	9	22.5%
TECNOLOGO	10	25%
Total general	40	100%



Gráfica 1 Nivel educativo

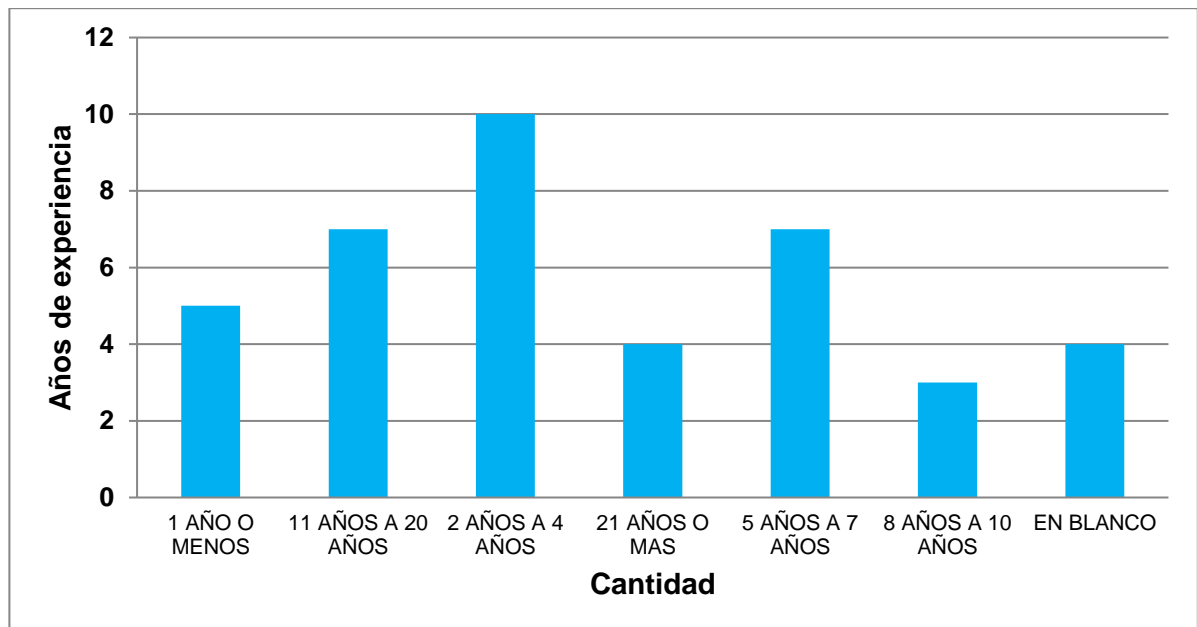
Interpretación: Los datos de la tabla 2 nos muestra un total de 40 empleados de los distintos hoteles, 45% corresponde a 18 personas con un nivel básico de educación como lo es el bachiller, 25% corresponde a 10 personas que tienen un tecnólogo, 22.5% corresponde a 9 personas que tienen un técnico, el 5% corresponde a 2 personas que posee en su hoja de vida un pregrado y el 2.5% corresponde a una persona que se abstuvo de contestar esta pregunta.

Este análisis da a entender que el porcentaje de personas con un nivel básico es muy alto en comparación con las personas que tienen un nivel educativo superior como lo es un pregrado.

2. Años de experiencia

Tabla 3 Años de experiencia

AÑOS DE EXPERIENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 AÑO O MENOS	5	12.5%
11 AÑOS A 20 AÑOS	7	17.5%
2 AÑOS A 4 AÑOS	10	25%
21 AÑOS O MAS	4	10%
5 AÑOS A 7 AÑOS	7	17.5%
8 AÑOS A 10 AÑOS	3	7.5%
EN BLANCO	4	10%
Total general	40	100%



Grafica 2 Años de experiencia

Interpretación: Según los datos de la tabla 3 los años de experiencia más altos son los de 2 a 4 años con un 25%, que corresponde a 10 personas, con un 17.5 % que corresponde a 7 personas entre los rangos 5 a 7 años, y 11 a 20 años cada uno, 12.5% corresponde a 5 personas con unos años de experiencia de un año o menos, 10% corresponde a 4 personas con un año de experiencia o más, y empleados que omitieron esta pregunta, y con un 7.5% corresponde a 3 personas de un rango de experiencia de 8 a 10 años.

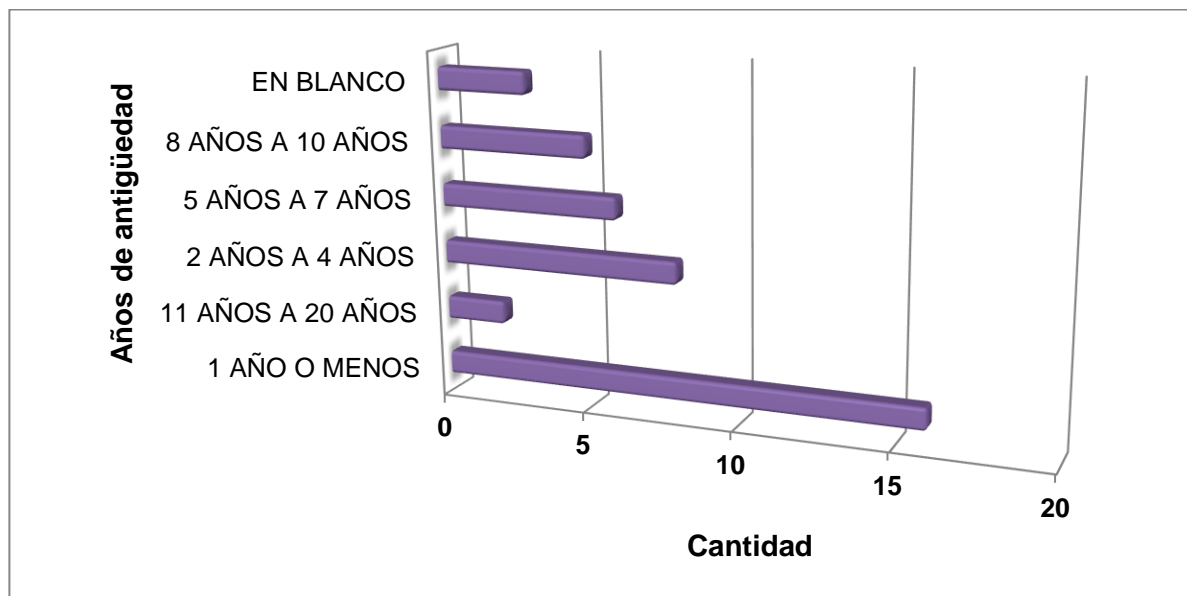
Se debe considerar necesario la nueva contratación de personas con más años de experiencia ya que poseen un mayor conocimiento de la labor desempeñada y

pueden aportar su experiencia, también generar empleo a las nuevas generaciones, así estas tengan muy poca experiencia ya que hay que dar oportunidades laborales para extender los años de experiencia.

3. Años de antigüedad

Tabla 4 Años de antigüedad

AÑOS DE ANTIGÜEDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 AÑO O MENOS	16	40%
11 AÑOS A 20 AÑOS	2	5%
2 AÑOS A 4 AÑOS	8	20%
5 AÑOS A 7 AÑOS	6	15%
8 AÑOS A 10 AÑOS	5	12.5%
EN BLANCO	3	7.5%
Total general	40	100%



Grafica 3 Años de antigüedad

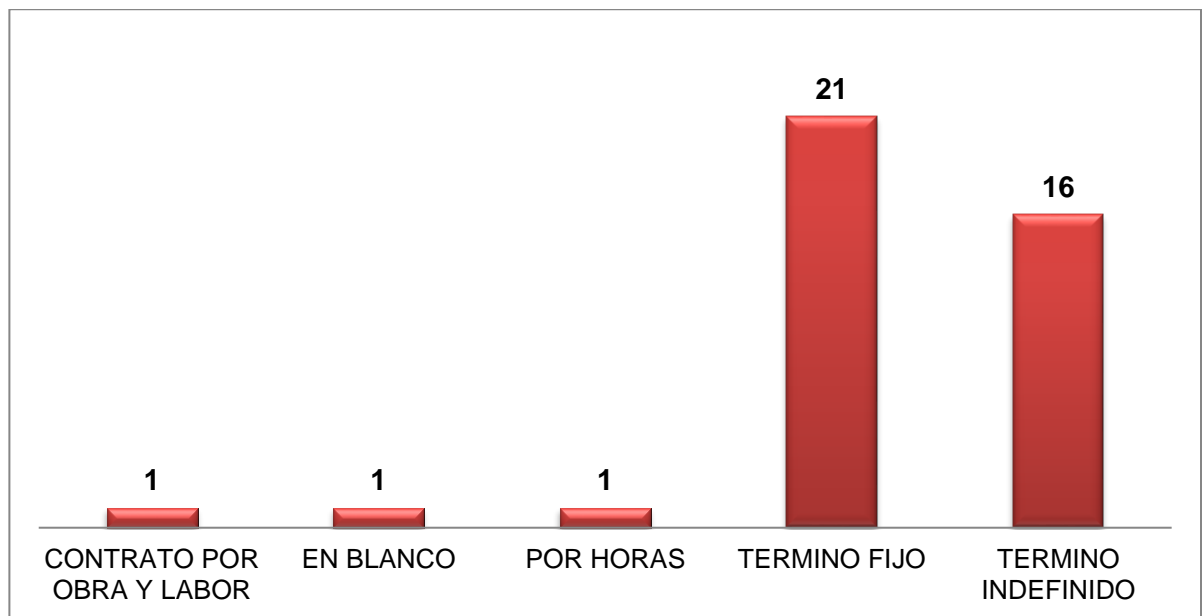
Interpretación: Los datos en la tabla 4 nos muestra que los años de antigüedad en la empresa más altos son de 40%, que corresponde a 16 personas que llevan trabajando un año o menos en la empresa, 20 % que corresponde a 8 personas trabajando con la empresa de 2 a 4 años, 15% que corresponde a 6 personas que llevan trabajando con la empresa 5 a 7 años, con un 12.5% que corresponde a 5 personas se encuentra el rango de antigüedad 8 a 10 años, 7.5% que corresponde a 3 personas que omitieron este punto y un 5% que corresponde a 2 personas que tienen entre 11 a 20 años de antigüedad.

Es muy bajo el porcentaje de antigüedad que tienen los empleados en los hoteles, lo que genera que no haya una apropiación por parte de ellos para que el hotel se encuentre bien y tengas un servicio excelente a comparación con el porcentaje de los empleados que llevan un año o menos que es muy alto, lo que nos da a entender que manejan la mano de obra por temporadas o unos términos fijos en el contrato.

4. Tipo de contrato

Tabla 5 Tipo de contrato

TIPO DE CONTRATO	CANTIDAD	PORCENTAJE
CONTRATO POR OBRA Y LABOR	1	2.5%
EN BLANCO	1	2.5%
POR HORAS	1	2.5%
TERMINO FIJO	21	52.5%
TERMINO INDEFINIDO	16	40%
Total general	40	100%



Grafica 4 Tipo de contrato

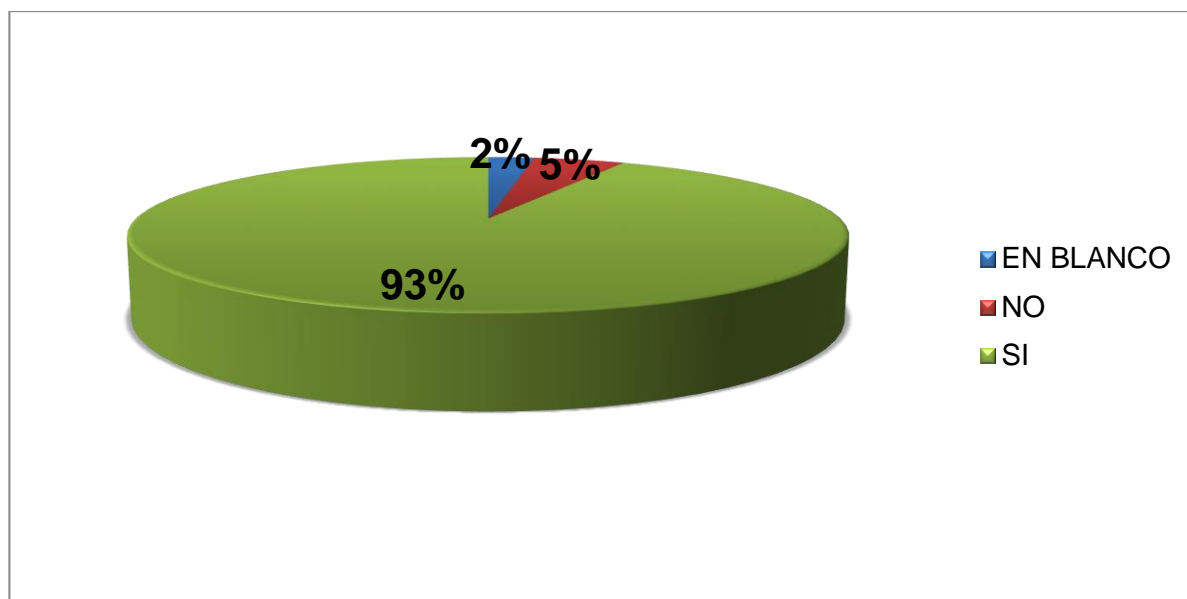
Interpretación: Según los datos de la tabla 5 un 52.5% que corresponde a 21 personas manejan un contrato a término fijo, 40% correspondiente a 16 personas tiene un contrato a término indefinido, 2.5% corresponde a 1 persona con contrato por horas, otra persona con un contrato por obra y labor, y otra omitió este punto.

Los hoteles en su gran mayoría prefieren manejar contratos a término fijo por la falta de constancia de turistas o huésped, lo que genera que a término indefinido tengan corto personal, ya cuando saben que los huéspedes van a aumentar contratan nuevo personal que lo dejan a términos fijos con tiempo de duración de meses o un máximo de tres años.

5. Tiene prestaciones de ley

Tabla 6 Prestaciones de ley

PRESTACIONES DE LEY	CANTIDAD	PORCENTAJE
EN BLANCO	1	2%
NO	2	5%
SI	37	93%
Total general	40	100%



Grafica 5 Prestaciones de ley

Interpretación: Los datos de la tabla 6 nos muestra que un 93% correspondiente a 37 personas si tiene las prestaciones de ley, 5% que corresponde a 2 personas no tiene estas prestaciones de ley y 2% que corresponde a 1 persona no contesto esta pregunta.

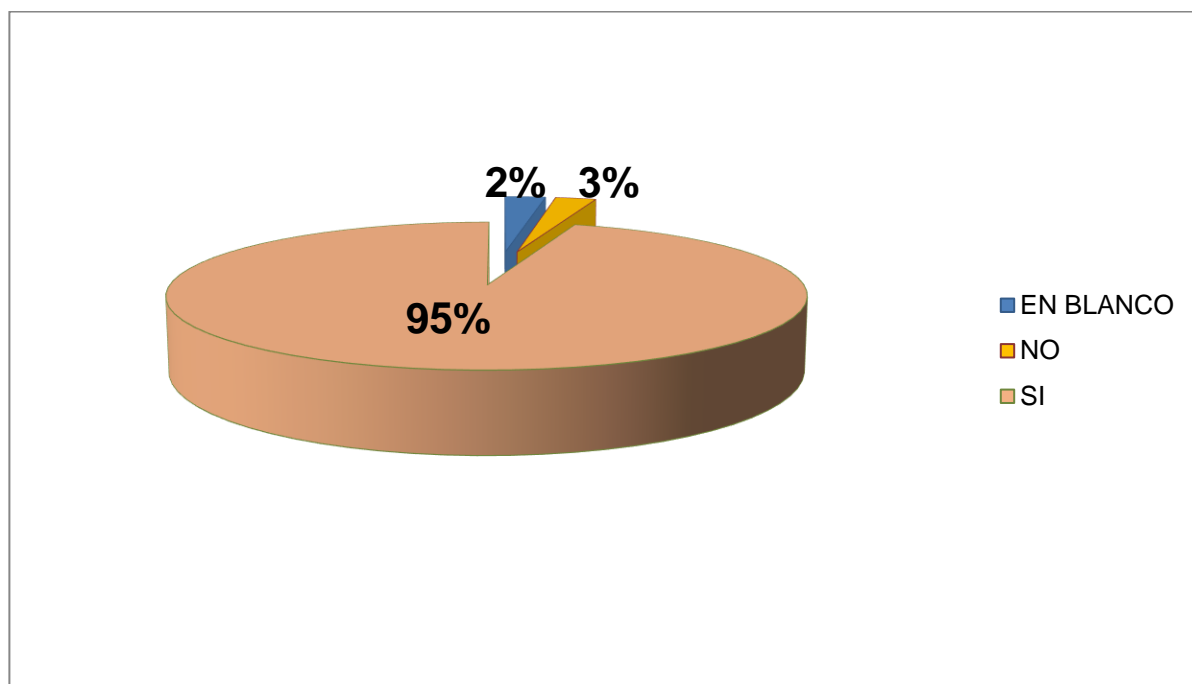
Las personas que tienen contratos a términos fijos e indefinidos son las que contestaron que si tienen prestaciones de ley las que la conforman las prestaciones sociales (prima de servicios, cesantías, auxilio de cesantías y vacaciones) y la seguridad social (salud, pensión y riesgos laborales), por el

contrario, las dos personas que no tienen prestaciones de ley es porque tienen contratos por horas y por obra y labor los cuales solo cuentan con la seguridad social.

6. Se encuentra afiliado a la seguridad social

Tabla 7 Seguridad social

SEGURIDAD SOCIAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
EN BLANCO	1	2%
NO	1	3%
SI	38	95%
Total general	40	100%



Grafica 6 Seguridad social

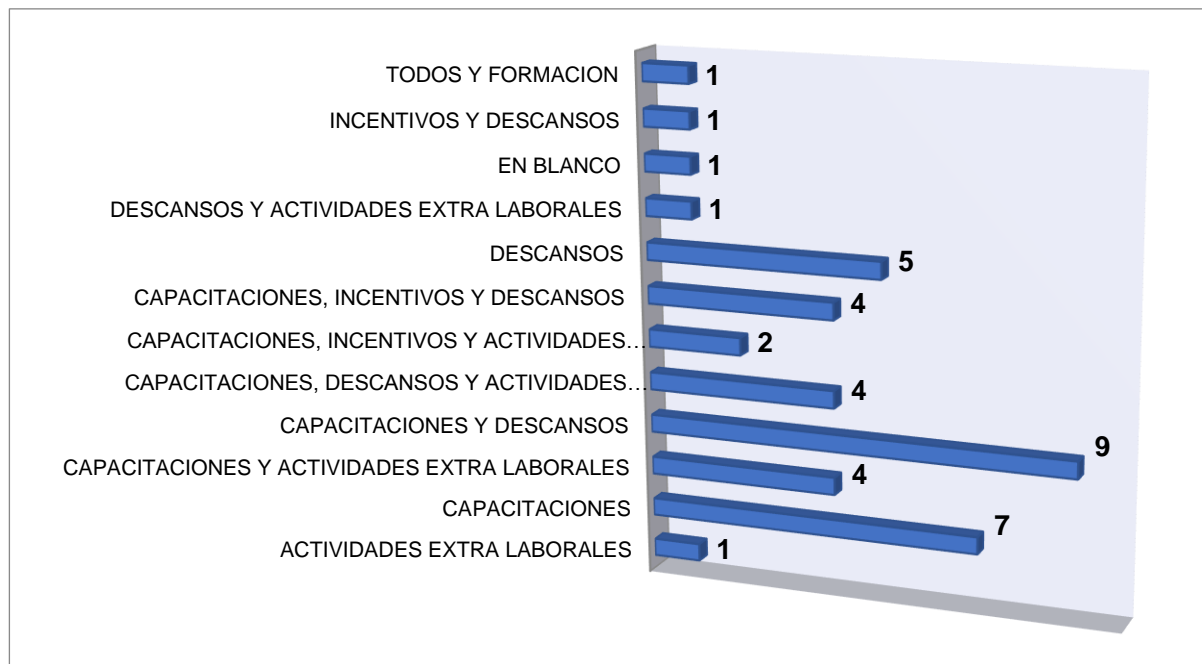
Interpretación: Según los datos de la tabla 7 un 95% correspondiente a 38 personas si cuenta con seguridad social por parte de los hoteles, 3% que corresponde a 1 persona no cuenta con esta seguridad y un 2% que corresponde a 1 persona no respondió esta pregunta.

Un 95 % de los hoteles está cumpliendo con la seguridad social de sus trabajadores que por ley todos deben tener a la hora de entrar a cualquier empresa, este porcentaje nos da a entender que los hoteles si se están preocupando por la seguridad de sus trabajadores.

7. Que beneficios le ofrece la empresa

Tabla 8 Beneficios

BENEFICIOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
ACTIVIDADES EXTRA LABORALES	1	2.5%
CAPACITACIONES	7	17.5%
CAPACITACIONES Y ACTIVIDADES EXTRA LABORALES	4	10%
CAPACITACIONES Y DESCANSOS	9	22.5%
CAPACITACIONES, DESCANSOS Y ACTIVIDADES EXTRA LABORALES	4	10%
CAPACITACIONES, INCENTIVOS Y ACTIVIDADES EXTRA LABORALES	2	5%
CAPACITACIONES, INCENTIVOS Y DESCANSOS	4	10%
DESCANSOS	5	12.5%
DESCANSOS Y ACTIVIDADES EXTRA LABORALES	1	2.5%
EN BLANCO	1	2.5%
INCENTIVOS Y DESCANSOS	1	2.5%
TODOS Y FORMACION	1	2.5%
Total general	40	100%



Grafica 7 Beneficios

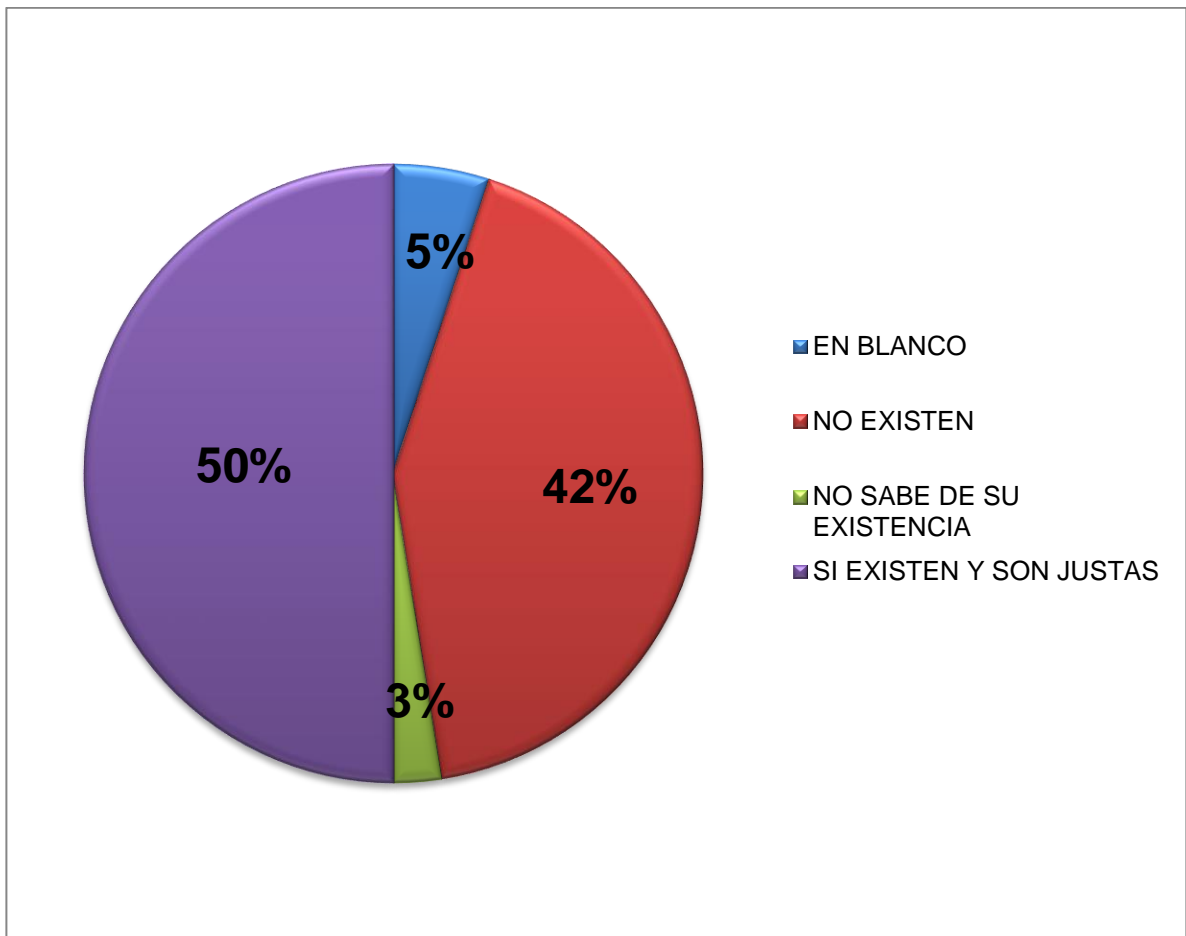
Interpretación: Según los datos de la tabla 8 un 22.5% que corresponde a 9 personas reciben capacitaciones y descansos, 17.5% que corresponde a 7 personas reciben solo capacitaciones por parte de los hoteles, 12.5% que corresponde a 5 personas opinan que solo reciben descansos por parte del hotel donde trabajan, 10% que corresponde a 4 personas reciben capacitaciones y actividades extra laborales por parte del hotel, otras 4 personas reciben capacitaciones, descansos y actividades extra laborales, otras 4 personas reciben capacitaciones, incentivos y descansos, 5% corresponde a 2 personas que opinan que reciben capacitaciones, incentivos y actividades extra laborales; 2.5% que corresponde a una persona, reciben actividades extra laborales, una persona opina que recibe descansos y actividades extra laborales, una persona cree que solo recibe incentivos y descansos, una persona se abstuvo de responder y una persona opina que recibe todos los beneficios, además de recibe por parte del hotel formación.

En su gran mayoría los empleados opinan que reciben más capacitaciones y descansos por parte del hotel donde trabajan que actividades extra laborales e incentivos, esto se debe a que los hoteles se están centrando en las condiciones mínimas de trabajo como lo son el capacitar al personal para la correcta labor diaria y dar descansos obligatorios para no exceder las horas laborales legales.

8. ¿Existen políticas de ascenso profesional en la empresa y cree que son justas?

Tabla 9 Políticas de ascenso

POLITICAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
EN BLANCO	2	5%
NO EXISTEN	17	42%
NO SABE DE SU EXISTENCIA	1	3%
SI EXISTEN Y SON JUSTAS	20	50%
Total general	40	100%



Grafica 8 Políticas de ascenso

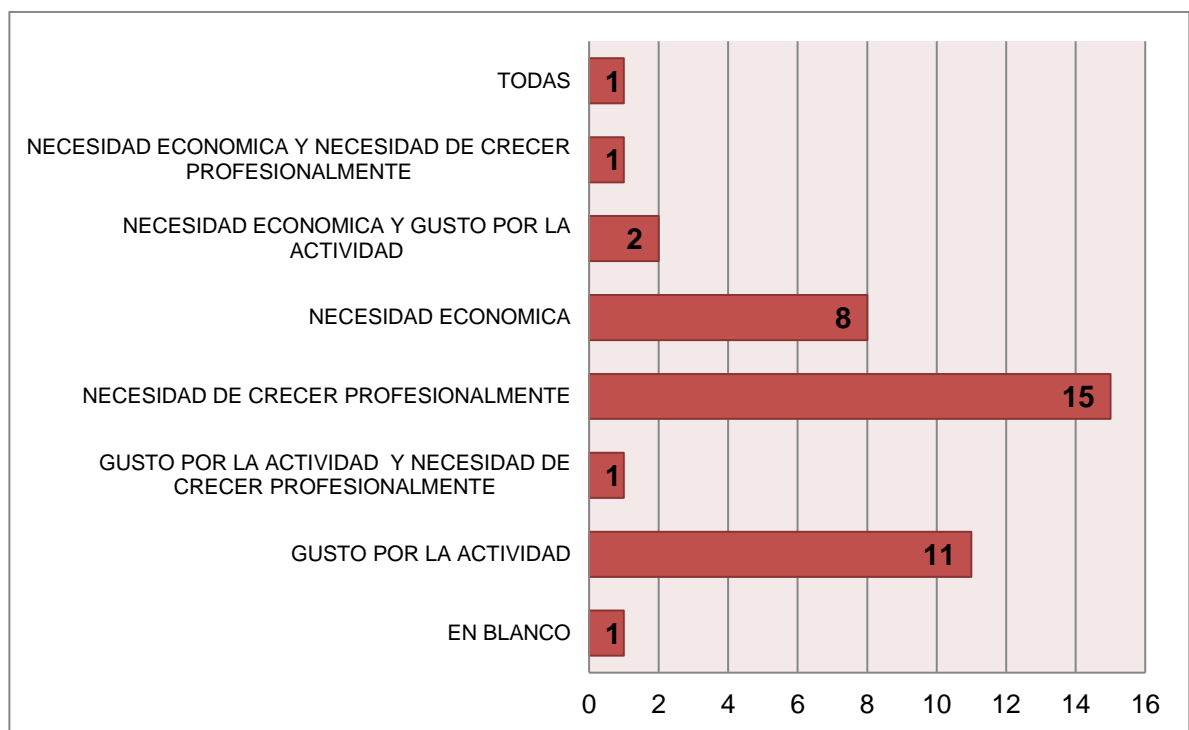
Interpretación: Según los datos de la tabla 9 un 50% que corresponde a 20 personas sabe que si existen políticas de ascenso y cree que son justas, 42% que corresponde a 17 personas dice que no existen políticas e ascensos en el hotel que laboran, 5% que corresponde a 2 personas no respondieron a esta pregunta y 3% que corresponde a 1 persona no conoce la existencia de políticas de ascenso en el hotel que trabaja.

Al tener políticas de ascenso en los hoteles se motiva a los trabajadores para que crezcan laboralmente y más si estas personas creen que estas políticas son llevadas justamente, también se debe buscar la manera de que los hoteles que no tienen políticas de ascenso o que sus empleados no las conocen lo hagan para que se motiven a ser mejores cada día en la labor desempeñada y que sepan que pueden buscar un mejor cargo con mejores condiciones salariales.

9. ¿Que lo motiva a trabajar más?

Tabla 10 Motivación

MOTIVACION	CANTIDAD	PORCENTAJE
EN BLANCO	1	2.5%
GUSTO POR LA ACTIVIDAD	11	27.5%
GUSTO POR LA ACTIVIDAD Y NECESIDAD DE CRECER PROFESIONALMENTE	1	2.5%
NECESIDAD DE CRECER PROFESIONALMENTE	15	37.5%
NECESIDAD ECONOMICA	8	20%
NECESIDAD ECONOMICA Y GUSTO POR LA ACTIVIDAD	2	5%
NECESIDAD ECONOMICA Y NECESIDAD DE CRECER PROFESIONALMENTE	1	2.5%
TODAS	1	2.5%
Total general	40	100%



Grafica 9 Motivación

Interpretación: Los datos de la tabla 10 nos muestra que un 37.5% que corresponde a 15 personas tiene la necesidad de crecer profesionalmente, 27.5% que corresponde a 11 personas siente gusto por la actividad que realiza en el

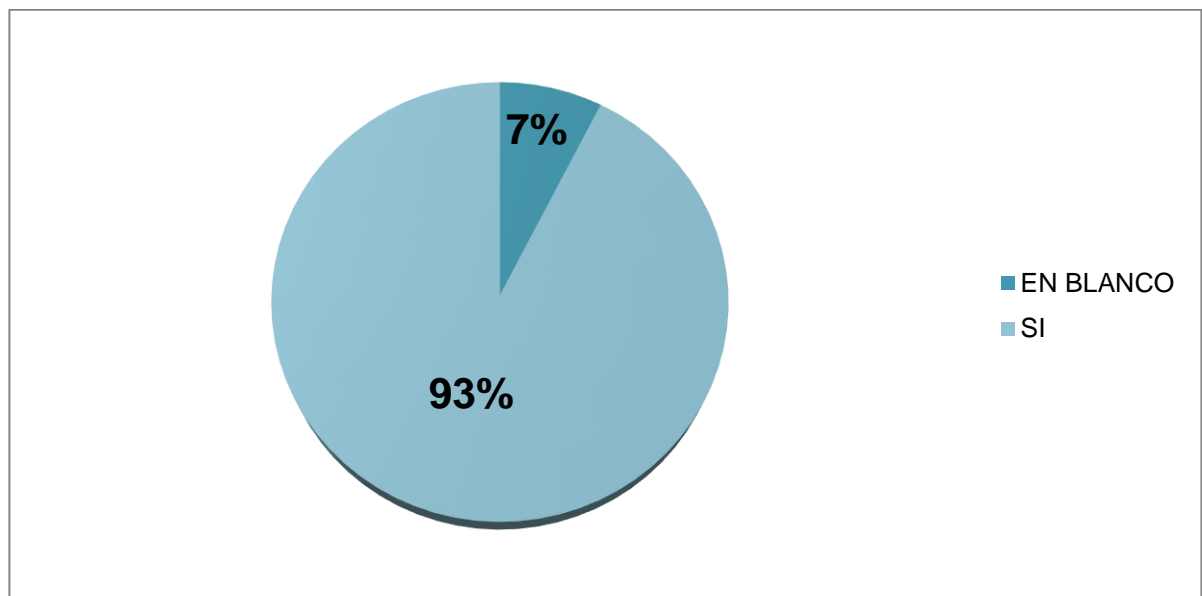
hotel, 20% que corresponde a 8 personas trabajan en el hotel por necesidad económica, 5% correspondiente a 2 personas trabajan en sus cargos por necesidad económica pero también posee un gusto por la actividad, 2.5% que corresponde a 1 persona tiene gusto por la actividad y la necesidad de crecer profesionalmente, 1 persona necesidad económica y necesidad de crecer profesionalmente, 1 persona trabaja en ese cargo por todas las motivaciones y 1 persona no contesto este punto.

La mayor motivación para los empleados es crecer profesionalmente y los hoteles les están brindando esta oportunidad con las políticas de ascenso que manejan, si esta necesidad de crecer profesionalmente se combina con el gusto por la actividad se van a tener empleados felices realizando las labores diarias y esto se va ver reflejado en la atención al cliente y en la calidad del servicio,

10. El hotel se preocupa por la seguridad de sus trabajadores

Tabla 11 Seguridad de los trabajadores

SEGURIDAD DE LOS TRABAJADORES	CANTIDAD	PORCENTAJE
EN BLANCO	3	7%
SI	37	93%
Total general	40	100%



Grafica 10 Seguridad de los trabajadores

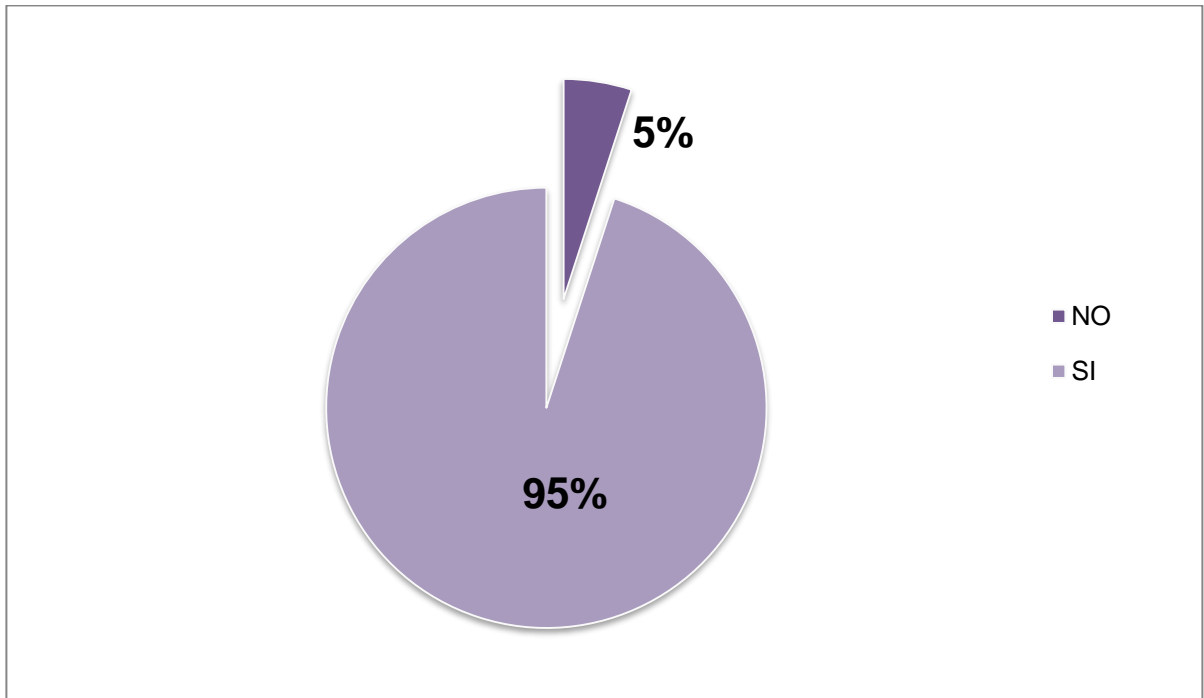
Interpretación: Los datos de la tabla 11 nos muestra un 93% que corresponde a 37 personas que si considera que hay seguridad para los trabajadores y un 7% que corresponde a 3 personas dejaron en blanco este punto.

Al ver que la gran mayoría de los empleados considera que el hotel si se preocupa por la seguridad de ellos hace que se sienta un clima organizacional adecuado y motivacional al saber que se hallan seguros realizando las labores diarias en el trabajo.

11. Cree que la empresa maneja bien la responsabilidad social con respecto al medio ambiente

Tabla 12 R.S. con respecto al medio ambiente

R.S. CON RESPECTO AL MEDIO AMBIENTE	CANTIDAD	PORCENTAJE
NO	2	5%
SI	38	95%
Total general	40	100%



Grafica 11 R.S. con respecto al medio ambiente

Interpretación: Los datos de la tabla 12 nos muestra que el 95% que corresponde a 38 personas que si creen que la empresa maneja bien la responsabilidad social con respecto al medio ambiente y un 5% que corresponde a 2 personas creen que no se maneja bien la responsabilidad social con respecto al medio ambiente.

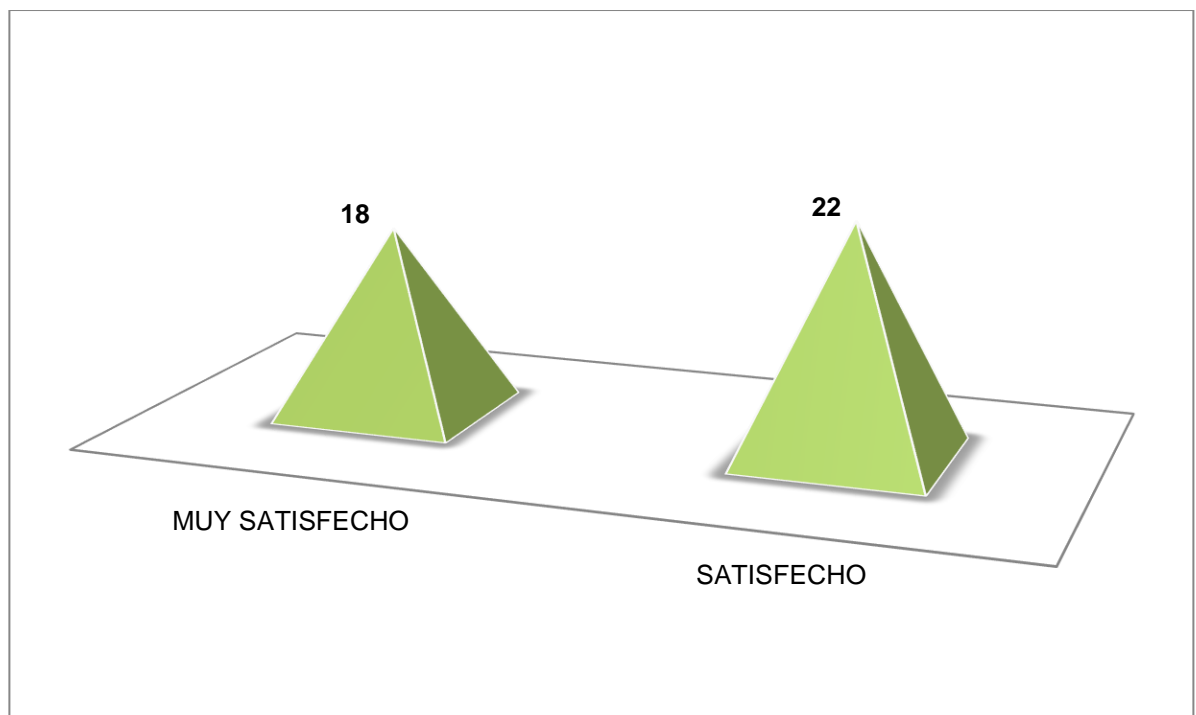
Hay que trabajar para llegar a tener un 100% de que los trabajadores creen y estén seguros que los hoteles donde trabajan si realiza una buena responsabilidad social ambiental, pero los que por ahora creen que si la manejan lo dicen porque

ven que la empresa está manejando el reciclaje de papel, usando productos biodegradables, concientizando a los huéspedes y a los empleados del ahorro de energía y agua, certificándose en las normas técnicas sectoriales y con políticas de cuidado y protección del medio ambiente.

12. Que tan satisfechos se siente siendo parte de esta empresa

Tabla 13 Satisfacción

SATISFACCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY SATISFECHO	18	45%
SATISFECHO	22	55%
Total general	40	100%



Gráfica 12 Satisfacción

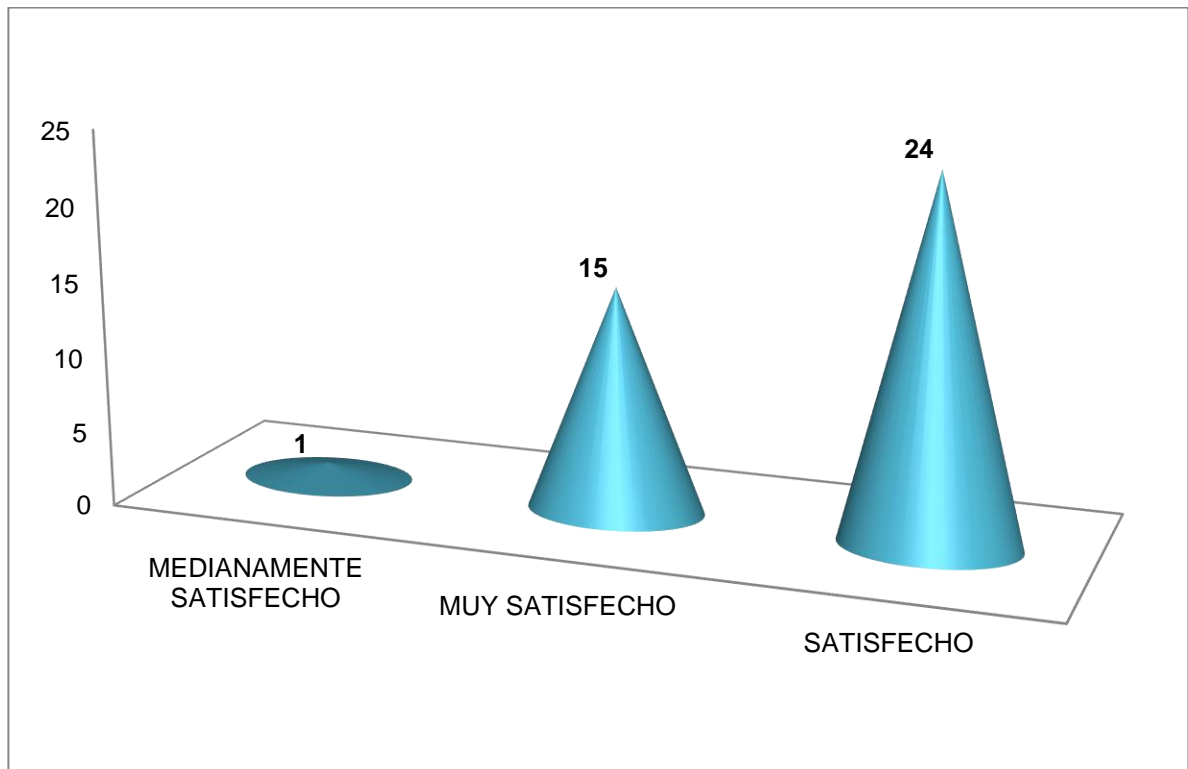
Interpretación: según los datos de la tabla 13 un 55% que corresponde a 22 personas se encuentran satisfechos en el hotel que trabajan y un 45% que corresponde a 18 personas se encuentran muy satisfechos.

Un 100% de los empleados se encuentra satisfecho en donde está trabajando, estando unos muy satisfechos y los otros solos satisfechos, pero todos en un nivel de satisfacción lo que hace ver que los hoteles les están cumpliendo y los están motivando para seguir laborando con ellos.

13. Está satisfecho con la atención y trato que se les otorga a los clientes

Tabla 14 Satisfacción con la atención a los clientes

SATISFACCION ATENCION AL CLIENTE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANAMENTE SATISFECHO	1	2.5%
MUY SATISFECHO	15	37.5%
SATISFECHO	24	60%
Total general	40	100%



Grafica 13 Satisfacción con la atención a los clientes

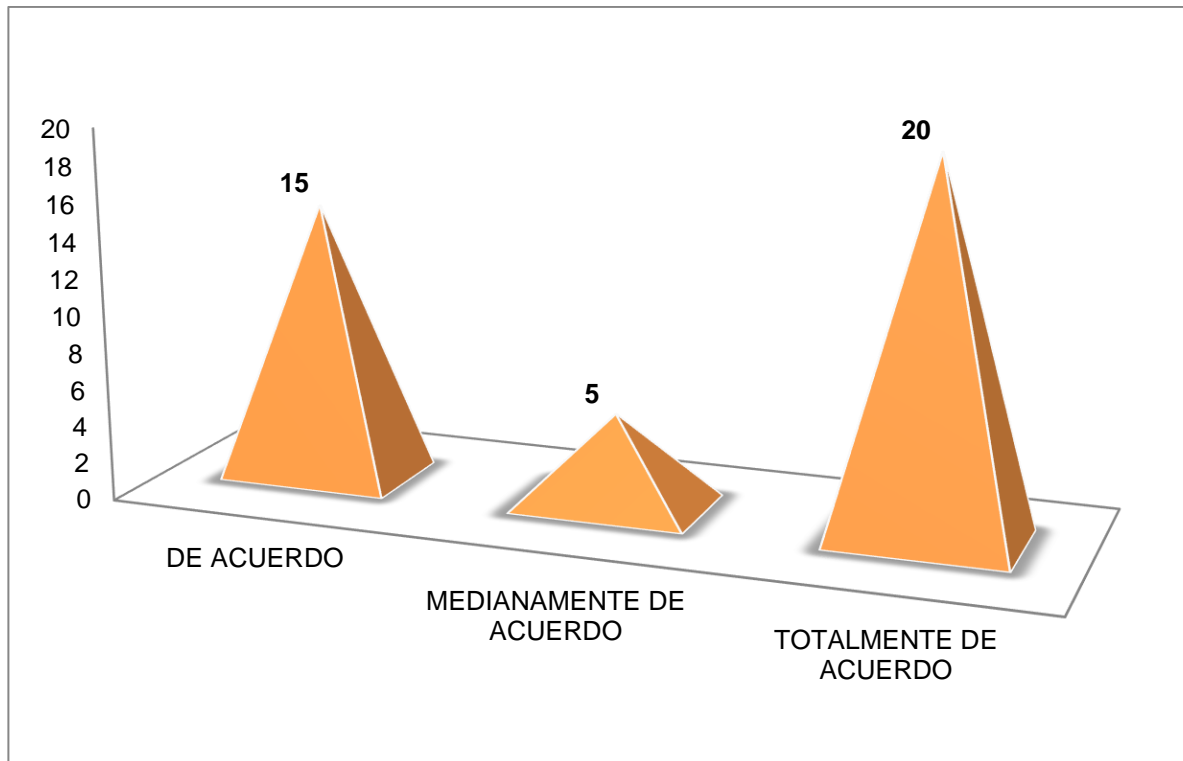
Interpretación: Los datos de la tabla 14 nos indica que un 60% correspondiente a 24 personas están satisfechas con la atención que se le da al cliente, un 37.5% que corresponde a 15 personas que están muy satisfechas con esta labor y un 2.5% que corresponde a una persona que esta medianamente satisfecha.

Los empleados se encuentran contentos con el trato que les están ofreciendo a los huéspedes lo que es una reacción al buen trato que están recibiendo por parte de sus superiores, hay que mirar que sucede con la persona que se encuentra medianamente satisfecha con el trato a los huéspedes ya que puede estar viendo algo que otros empleados no han visto.

14. La actitud de su superior lo impulsa a trabajar mas

Tabla 15 Su superior lo motiva

SU SUPERIOR LO MOTIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
DE ACUERDO	15	37.5%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	5	12.5%
TOTALMENTE DE ACUERDO	20	50%
Total general	40	100%



Grafica 14 Su superior lo motiva

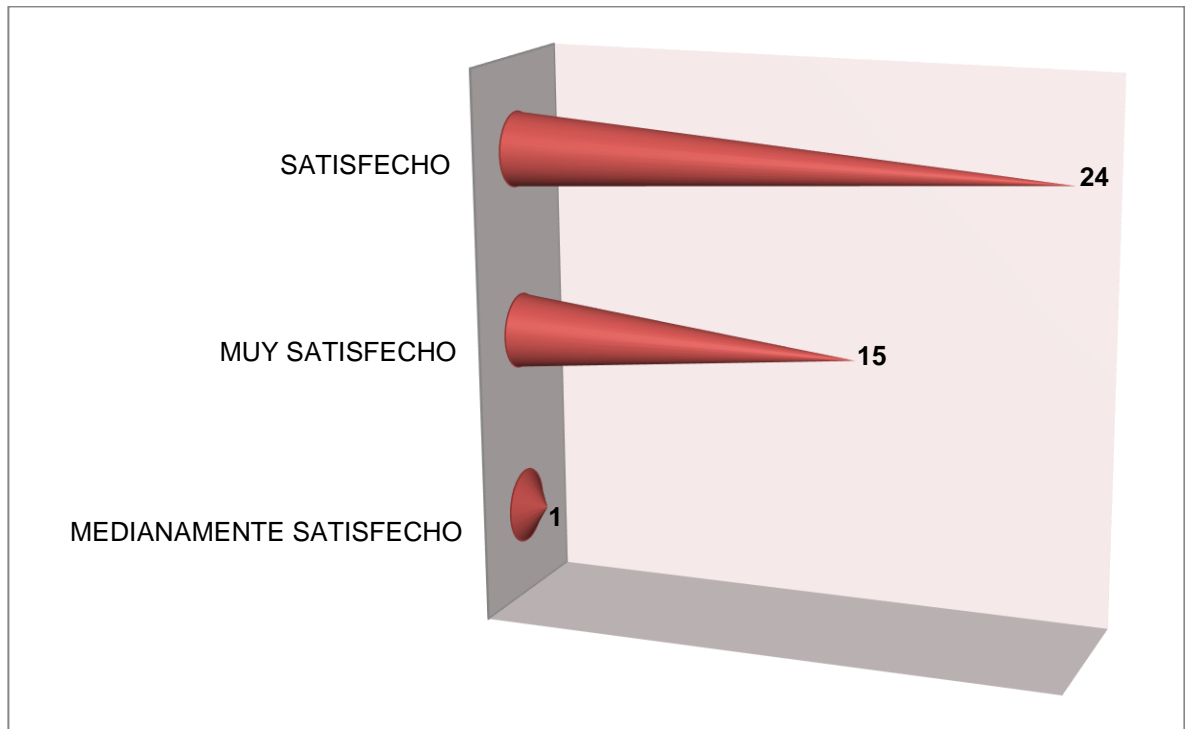
Interpretación: Los datos de la tabla 15 muestran un 50% equivalente a 20 personas que están totalmente de acuerdo que su superior los motiva, 37.5% equivalente a 15 personas está de acuerdo y un 12.5% correspondiente a 5 personas están medianamente de acuerdo con que sus superiores los motiva.

Todos los empleados se encuentran motivados por su superior, pero en distintos niveles, 20 de ellos se encuentran totalmente de acuerdo motivados por su jefe, 15 solamente de acuerdo y solo 5 medianamente de acuerdo, se encuentran en un nivel bueno de motivación, pero se debe mejorar para aquellos que lo ven medianamente de acuerdo, creando nuevos métodos de motivación y preocupándose un poco más porque necesitan los empleados.

15. La comunicación entre los empleados es positiva

Tabla 16 Comunicación entre empleados

COMUNICACION	CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANAMENTE SATISFECHO	1	2.5%
MUY SATISFECHO	15	37.5%
SATISFECHO	24	60%
Total general	40	100%



Grafica 15 Comunicación entre empleados

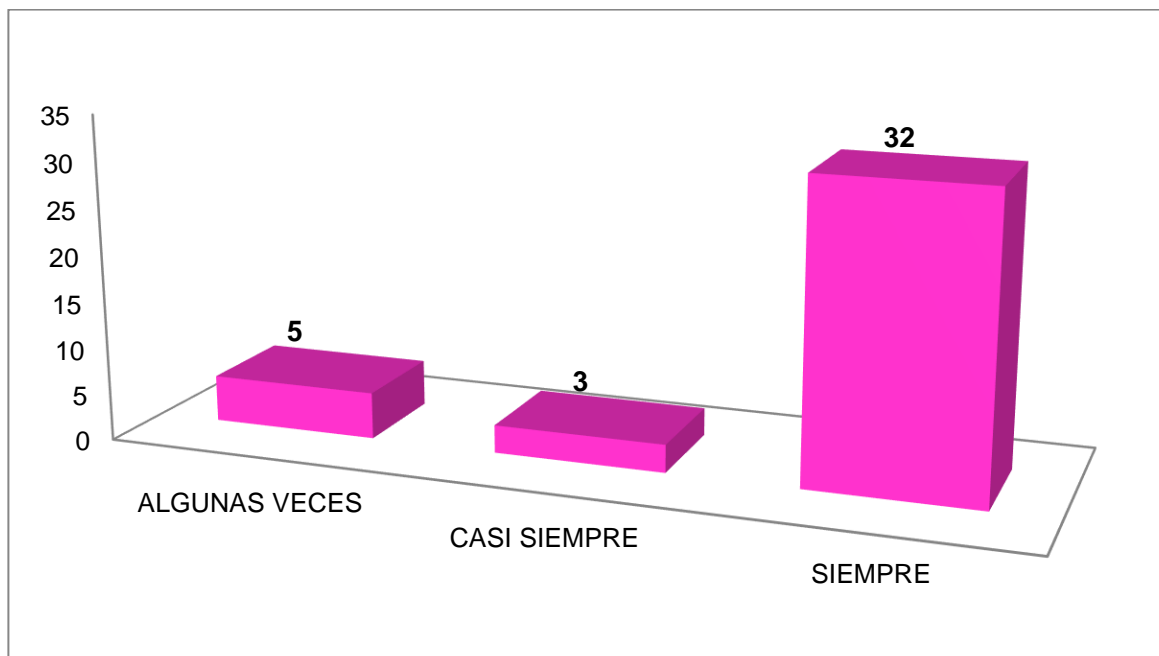
Interpretación: Los datos de la tabla 16 muestra que un 60% representados en 24 personas las cuales están satisfechas con la comunicación que se tiene entre los trabajadores, 37.5% correspondientes a 15 personas que están muy satisfechas y un 2.5% que corresponde a 1 persona medianamente satisfecha con la comunicación que se está manejando en la empresa.

Los hoteles tienen una buena comunicación entre todos sus empleados y se ve reflejado cuando se tiene una buena atención y un buen trato con el huésped, la buena comunicación entre los empleados hace que se tenga un clima organización bueno y se reducen los conflictos.

16. El hotel adopta y aplica entre sus integrantes normas de comportamiento ético relacionadas con los principios de responsabilidad social

Tabla 17 Comportamiento ético

COMPORTAMIENTO ETICO	CANTIDAD	PORCENTAJE
ALGUNAS VECES	5	12.5%
CASI SIEMPRE	3	7.5%
SIEMPRE	32	80%
Total general	40	100%



Gráfica 16 Comportamiento ético

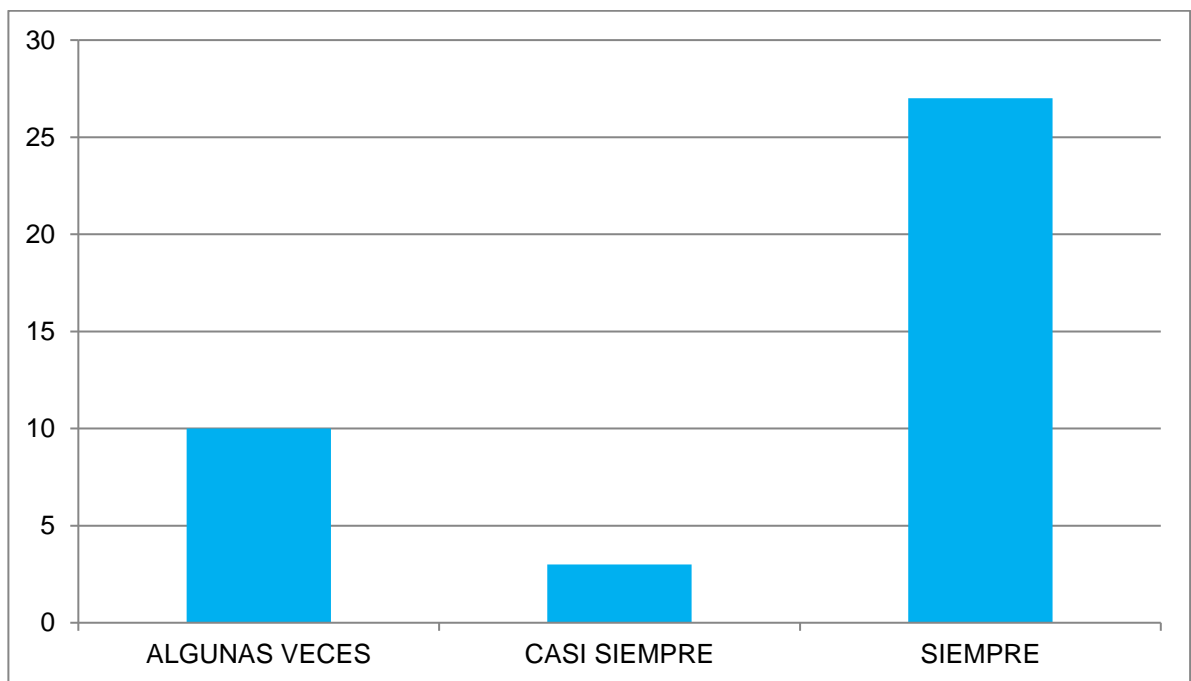
Interpretación: Los datos de la tabla 17 indican que 80% correspondiente a 32 empleados cree que siempre se aplican normas de comportamiento ético relacionada con los principios de responsabilidad social, 12.5% que corresponde a 5 personas que creen que es solo algunas veces se aplica este comportamiento y 7.5% que corresponde a 3 personas que creen que es casi siempre.

Los hoteles se encuentran bien con respecto a las normas de comportamiento ético ya que todos sus empleados saben que existen solo que tienen distintos puntos de vista, la mayoría sabe que siempre son aplicadas estas normas de comportamiento, otros creen que es casi siempre con un margen de que no lo aplican y otro porcentaje de esta muestra como creen que solo se aplican estas normas algunas veces, mostrando que puede existir muchas fallas.

17. ¿El hotel capacita a sus empleados cuando hay que implementar nuevas tecnologías?

Tabla 18 Nuevas tecnologías

NUEVAS TECNOLOGIAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
ALGUNAS VECES	10	25%
CASI SIEMPRE	3	7.5%
SIEMPRE	27	67.5%
Total general	40	100%



Grafica 17 Nuevas tecnologías

Interpretación: Los datos de la tabla 18 muestra un 67.5% que corresponde a 27 empleados que opina que el hotel siempre los capacita cuando va a implementar nuevas tecnologías, 25% que corresponde a 10 empleados solo lo considera algunas veces y un 7.5% correspondiente a 3 empleados opina que casi siempre es así.

Todos los empleados encuestados están de acuerdo con que los hoteles donde laboran reciben capacitaciones cuando implementan nuevas tecnologías lo que hace que se tenga una mayor y mejor atención hacia los huéspedes y proveedores, se tienen ciertas diferencias en la continuidad de las capacitaciones ya que unos creen que es solo algunas veces, otros que es casi siempre y otros

que siempre se hacen las capacitaciones para implementar las nuevas tecnologías.

9. CAPITULO II. ANALISIS DE LAS ENCUESTAS A LOS GERENTES DE LOS HOTELES REGISTRADOS EN LA CAMARA DE COMERCIO DE GIRARDOT

1. Tiene estrellas el hotel ¿cuántas?

Interpretación: Los datos de la tabla 19 nos indica que hay 5 hoteles sin categorización de estrella, los cuales son: hotel Magdalena Imperial, hotel Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S., hotel Republicano 1910, hoteles el Cid y Elimar, hotel Donal; el hotel Galeón no contesto a esta pregunta; el hotel Palmetto cuenta con 5 estrellas siendo este el de más alta categorización, hotel los Puentes Comfacundi seguiría en la lista al tener 3 estrellas y por ultimo pero no menos importante se encuentra el León hotel-boutique con 1 estrella, lo que hace que sean hoteles de nombre y prestigiosos donde se puede pasar un rato agradable en familia, solo, en pareja o con amigos.

Tabla 19 Estrellas

NOMBRE DE HOTELES	SI/NO	CANTIDAD
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	SI	1
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	NO	-
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	SI	3
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	NO	-
HOTEL REPUBLICANO 1910	NO	-
HOTEL PALMETO	SI	5
HOTELES EL CID Y ELIMAR	NO	-
HOTEL GALEON	EN BLANCO	-
HOTEL DONAL	NO	-

2. ¿Conoce que es responsabilidad social empresarial?

Interpretación: Los datos de la tabla 20 muestra que los hoteles Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S., hotel Donal, hoteles el Cid y Elimar si conoce que

es la responsabilidad social; los hoteles Republicano 1910 y hotel Galeón se abstuvieron a contestar este punto; 4 personas encargadas de los hoteles dieron su opinión de lo que creen que es RSE, sus opiniones son: lo que la empresa hace para beneficiar el entorno que lo rodea; es un compromiso que adquiere una empresa en aspectos sociales, económicos y ambientales, y es brindar una sostenibilidad sobre la empresa acompañado de una excelente prestación del servicio.

Tabla 20 ¿Que es RSE?

NOMBRE DE HOTELES	RSE
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	Lo que la empresa hace para beneficiar el entorno que lo rodea.
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	Es el compromiso que adquiere una empresa en aspectos sociales, económicos y ambientales.
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Es lo encargado de lo ambiental, social humano y socio cultural.
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Si
HOTEL REPUBLICANO 1910	En blanco
HOTEL PALMETO	Es brindar una sostenibilidad sobre la empresa y brindar una excelente prestación de la misma.
HOTELES EL CID Y ELIMAR	Si
HOTEL GALEON	En blanco
HOTEL DONAL	Si

3. De qué lugares contrata al personal

Interpretación: Los datos de la tabla 21 indica que los hoteles encuestados en su nómina de contratación están los habitantes de Girardot y es en esta parte donde se ve una responsabilidad social con respecto a la comunidad, es una forma de retribuirle a la sociedad donde se encuentran ubicadas las instalaciones de cada hotel, también se ve que se contrata personal de los alrededores de Girardot; el

hotel Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S. maneja una amplia responsabilidad en este sentido ya que es el único hotel de los encuestados que posee empleados de 7 municipios cercanos a Girardot los cuales son: Flandes, Nilo, Agua de Dios, Ricaurte, Tocaima, Espinal y Nariño.

Tabla 21 Contratación

NOMBRE DE HOTELES	CIUDADES DE CONTRATACION
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	Girardot, Cali y Bogotá.
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	Referidos de otros hoteles y del banco de empleo del Sena.
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Girardot
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Girardot, Flandes, Nilo, Agua de Dios, Ricaurte, Tocaima, Espinal y Nariño.
HOTEL REPUBLICANO 1910	Agencias de empleo, Computrabajo y Compensar.
HOTEL PALMETO	Sena
HOTELES EL CID Y ELIMAR	Girardot y Flandes.
HOTEL GALEON	En blanco
HOTEL DONAL	Girardot, Flandes y Ricaurte.

4. ¿Cuenta con programas de capacitación para su personal?

Interpretación: Según los datos de la tabla 22 hoteles el Cid y Elimar no imparte capacitaciones a sus empleados, este es el único de los encuestados que no lo hace; el hotel Magdalena Imperial da a saber que si realiza capacitaciones pero no especifica cuáles; los hoteles que si capacitan a sus empleados son: el León hotel-boutique que utiliza el Sena virtual para las capacitaciones y también da capacitaciones sobre ARL, hotel los Puentes Comfacundi y hotel Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S. sus capacitaciones están centradas en las necesidades que tiene cada área, el hotel Galeón y hotel Donal son capacitaciones de primeros auxilios, servicio al cliente y la nueva norma técnica

sectorial, hotel Republicano 1910 maneja las capacitaciones de acuerdo a la necesidad de atención o funcionamiento operacional.

Tabla 22 Capacitación

NOMBRE DE HOTELES	CAPACITACIONES
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	ARL y Sena virtual.
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	Si
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Por áreas del hotel.
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Cronograma anual de capacitación al personal según las necesidades de cada área.
HOTEL REPUBLICANO 1910	De acuerdo a la necesidad de atención o funcionamiento operacional.
HOTEL PALMETO	Si
HOTELES EL CID Y ELIMAR	No
HOTEL GALEON	Primeros auxilios y servicio al cliente.
HOTEL DONAL	Capacitación en labor, primeros auxilios y Norma Técnica Sectorial.

5. ¿Cómo se incentiva al personal para ofrecer y mejorar el servicio?

Interpretación: Los datos de la tabla 23 especifica los incentivos que da los hoteles a sus empleados para que ofrezcan un mejor servicio, el hotel Republicano 1910 no contesto esta pregunta; el León hotel-boutique maneja un sistema de incentivos por comisiones, el hotel Magdalena Imperial uso los incentivos en tiempo libre como lo son los descansos, hotel los Puentes Comfacundi lo hace atreves de capacitaciones en servicio al cliente, hotel Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S., también implementa las capacitaciones más la generación de oportunidades laborales y políticas de ascenso, el hotel Palmetto incentiva a su personal a través de un ambiente óptimo de trabajo y capacitaciones, el Donal se preocupa porque se cumplan y garanticen las políticas de contratación y que haya un respeto entre todos.

Tabla 23 Incentivos

NOMBRE DE HOTELES	INCENTIVOS
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	Comisiones
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	Incentivos en tiempo libre.
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Capacitaciones en servicio.
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Capacitaciones, generando más oportunidades laborales y políticas de ascenso.
HOTEL REPUBLICANO 1910	En blanco
HOTEL PALMETO	Brindando capacitaciones y generando un ambiente laboral óptimo para la presentación del mismo.
HOTELES EL CID Y ELIMAR	Mediante reuniones e interacción con el personal directamente.
HOTEL GALEON	Capacitándolos y remuneraciones económicas.
HOTEL DONAL	Respeto, buena comunicación y garantizando que las políticas de contratación se cumplan a cabalidad.

6. ¿El hotel realiza actividades de carácter social?

Interpretación: Los datos de la tabla 24 menciona que el hotel Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S., hotel Palmetto, hotel Galeón si manejan actividades de carácter social pero no se tiene conocimiento de cuáles son estas actividades; el hotel Republicano 1910 y los hoteles el Cid y Elimar no tratan actividades de carácter social; el León hotel-boutique da regalos a los bomberos para que estos los repartan a los niños el 24 de diciembre y ayudan a las universidades que soliciten, el hotel Magdalena Imperial si desarrolla actividades de carácter social pero a lo que va del año 2017 no ha realizado ninguna, hotel los Puentes Comfacundi hace esta actividad con la junta de acción comercial al prestarles el salón de eventos, el hotel Donal entrega mercados a los ancianatos y a personas necesitadas, también hace entrega de ropa en buen estado a los grupos de tercera edad.

Tabla 24 Actividades de carácter social

NOMBRE DE HOTELES	CARÁCTER SOCIAL
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	Regalos a bomberos para niños en navidad y ayudas a actividades para las universidades.
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	A la fecha no se han desarrollado.
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Con la comunidad y con la junta de acción comercial.
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Si
HOTEL REPUBLICANO 1910	No
HOTEL PALMETO	Si
HOTELES EL CID Y ELIMAR	No
HOTEL GALEON	Si
HOTEL DONAL	Entrega de mercados y ropa en buen estado para grupos de tercera edad.

7. ¿Cuenta con algún tipo de distintivo o certificación? ¿Con cuántos distintivos o certificaciones cuenta? (H, M, ISO, etc.).

Interpretación: Los datos de la tabla 25 muestra que el hotel Republicano 1910 y hoteles el Cid y Elimar aún no cuentan con el registro nacional del turismo (RNT) que es el mínimo exigido para ejercer la actividad de alojamiento; el León hotel-boutique tiene el RNT y se encuentra en proceso de certificación de la norma de sostenibilidad e ISO; hotel los Puentes Comfacundi ya está certificado con el RNT, la NTS-TS 002 e ISO; hotel Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S. está en el proceso de certificarse en la norma técnica sectorial NTS-TS 002 para obtener la certificación en la cámara de comercio de RNT; hotel Palmetto cuenta con todas las certificaciones de ley; el hotel Galeón y hotel Donal están certificados con el RNT y la NTS-TS 002.

Tabla 25 Certificaciones o distintivos

NOMBRE DE HOTELES	CERTIFICADOS
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	RNT, en proceso certificación norma de sostenibilidad y en proceso norma ISO
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	RNT
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	RNT, ISO y NTS-TS 002
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Proceso de certificación de la NTS-TS 002
HOTEL REPUBLICANO 1910	Ninguno
HOTEL PALMETO	Todas las certificaciones de ley
HOTELES EL CID Y ELIMAR	Ninguno
HOTEL GALEON	RNT
HOTEL DONAL	RNT y NTS-TS 002

8. ¿La intervención social empresarial realizada por el hotel le trae beneficios?

Interpretación: Según los datos de la tabla 26 el León hotel-boutique sabe que al ser amigable con el ambiente ayuda para que al huésped le llame la atención, puesto que esto muestra la responsabilidad ambiental que posee; hotel Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S. sabe que la integración con la comunidad le trae beneficios ya que da un sentido de pertenencia; el hotel Palmetto sabe que la intervención social que realiza le ayuda para brindar un excelente servicio; hotel los Puentes Comfacundi aclara que recibe beneficios no económicos pero no se obtiene información de cuáles son estos beneficios; el hotel Magdalena Imperial si recibe beneficios pero tampoco los especifica; los hoteles que no contestaron este punto son: el hotel Republicano 1910, el hotel Galeón, el hotel Donal y los hoteles el Cid y Elimar.

Tabla 26 Beneficios

NOMBRE DE HOTELES	BENEFICIOS
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	Al huésped le llama la atención y prefiere hospedarse porque el hotel es amigable con el ambiente.
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	Si
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	No económicos
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Integración con la comunidad, sentido de pertenencia dentro de la comunidad.
HOTEL REPUBLICANO 1910	En blanco
HOTEL PALMETO	Brinda un excelente servicio.
HOTELES EL CID Y ELIMAR	En blanco
HOTEL GALEON	En blanco
HOTEL DONAL	En blanco

9. ¿Cómo dan solución a las quejas o reclamos de los clientes?

Interpretación: Los datos de la tabla 27 muestra como los hoteles están manejando la solución de quejas y reclamos de sus huéspedes; el hotel Galeón no dio respuesta a esa incógnita; el León hotel-boutique utiliza el PQR como medio de solución a quejas y reclamos, también maneja encuestas virtuales y físicas, aunque ya están dejando de lado las encuestas físicas para no malgastar el papel y ayudar con el ambiente; el hotel Magdalena Imperial lo hace por medios electrónicos y de una manera presencial para dar pronta solución al conflicto; una oficina de calidad es la encargada de las quejas y reclamos del hotel los Puentes Comfacundi; los tres hoteles que manejan el seguimiento y solución puntual a los problemas para darle solución de raíz son los siguientes: hotel Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S., hotel Republicano 1910, hotel Palmetto; el hotel Donal utiliza estas quejas y reclamos como un punto de partida para la mejora del servicio; hoteles el Cid y Elimar tiene un trato directamente con el cliente.

Tabla 27 Quejas y reclamos

NOMBRE DE HOTELES	QUEJAS Y RECLAMOS
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	PQR, encuesta virtual y física.
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	Pronta solución de manera presencial y por medio electrónicos.
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Oficina de calidad.
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Seguimiento y soluciones puntuales e inmediatas, resarcimientos.
HOTEL REPUBLICANO 1910	Verificando la raíz del problema, dialogo directo con el huésped, mediación de puntos posibles de solución y aclaración de temas fuera de nuestro control.
HOTEL PALMETO	Primero se brinda una respuesta y se busca la solución para así mismo no se repita.
HOTELES EL CID Y ELIMAR	Directamente con el cliente.
HOTEL GALEON	En blanco.
HOTEL DONAL	Como elemento importante para reconocer debilidades y mejora continua, siendo este punto de partida para mejorar los procesos.

10. ¿El hotel se preocupa por la seguridad de sus trabajadores? ¿Cómo cubre esta seguridad?

Interpretación: El análisis de los datos de la tabla 28 indica como los hoteles están cubriendo la seguridad de sus trabajadores, el León hotel-boutique cubre esta seguridad dando los elementos de seguridad, con pautas activas en las horas laborales y capacitándolos en seguridad; hotel Magdalena Imperial lo hace a través de los diferentes organismos de protección como lo son la ARL, la EPS y capacitaciones de prevención; hotel los Puentes Comfacundi utiliza las normas de aprendizaje basado en problemas (ABP) y con el control de los elementos de protección; hotel Tocarema-sociedad icono S.A.S. tiene un programa de seguridad y salud en el trabajo acompañado de inspecciones diarias de los procedimientos; el control de los procedimientos está presente en el hotel Republicano 1910; hoteles el Cid y Elimar hay programa de entrenamiento personal para mantener la seguridad; hotel Palmetto brinda los elementos necesarios para hacer la labor diaria de sus empleados; hotel Galeón paga la administración de los riesgos

profesionales (ARP), da la dotación para que tengan buenos materiales de trabajo y hace capacitaciones periódicas del lugar del trabajo; el hotel Donal vincula a sus trabajadores a la seguridad social y entrega los elementos de protección personal (EEP).

Tabla 28 Seguridad de los trabajadores

NOMBRE DE HOTELES	SEGURIDAD
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	Capacitaciones en seguridad, pautas activas y todos los elementos de protección.
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	ARL, EPS y capacitaciones de prevención.
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Normas de la ABP y control de elementos de protección del trabajo
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Programa de seguridad y salud en el trabajo, día a día se inspeccionan las zonas y procedimientos.
HOTEL REPUBLICANO 1910	Control.
HOTEL PALMETO	Se brinda todos los elementos necesarios para su labor.
HOTELES EL CID Y ELIMAR	Programa de entrenamiento al personal y el jefe se encarga de verificar el cumplimiento.
HOTEL GALEON	Pagando las prestaciones ARP, elementos de trabajo, capacitaciones, revisiones periódicas del sitio de trabajo y los materiales.
HOTEL DONAL	Con vinculación y pago de seguridad social, entrega de los EPP correspondientes a su labor.

11. ¿Tiene algún acuerdo con otra empresa, para atraer más clientes?

Interpretación: Los datos de la tabla 29 da a conocer que el hotel Palmetto, el hotel Donal, hoteles el Cid y Elimar no tienen ningún convenio con otra empresa para prestar servicios adicionales; hotel Republicano 1910 y hotel Galeón omitieron esta pregunta; el león hotel-boutique cuanta con acuerdos entre un parqueadero, el parque de las olas, la tarjeta Colombia y un 15% de descuento en la discoteca oasis; Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S. y el hotel Magdalena Imperial solo cuentan con un acuerdo que es el de la página booking; hotel los Puentes

Comfacundi también cuenta con algún acuerdo pero no se tiene conocimiento de cual o cuales.

Tabla 29 Convenios

NOMBRE DE HOTELES	CONVENIOS
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	Parque de las olas, parqueadero, tarjeta Colombia y 15% en discoteca oasis.
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	Booking y otras empresas de internet.
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Si
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Booking
HOTEL REPUBLICANO 1910	En blanco
HOTEL PALMETO	No
HOTELES EL CID Y ELIMAR	No
HOTEL GALEON	En blanco
HOTEL DONAL	No

12. ¿El hotel da facilidades de trabajar a sus empleados?

Interpretación: Según los datos de la tabla 30 el hotel Galeón y el hotel Republicano 1910 no contestaron este punto; el León hotel-boutique, hotel los Puentes Comfacundi, hoteles el Cid y Elimar si manejan facilidades para sus trabajadores pero no las especificaron; el hotel que ajusta los horarios de trabajo para que sus empleados puedan estudiar y crecer profesionalmente es el Magdalena Imperial; el hotel Palmetto brinda capacitaciones para generar facilidades en las labores diarias; el Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S. da flexibilidad en los horarios; el hotel Donal da la facilidad de que sus empleados puedan atender situaciones que requieren de su tiempo en horas laborales, alguna de estas situaciones puede ser algún problema familiar o citas médicas.

Tabla 30 Facilidades de trabajar

NOMBRE DE HOTELES	FACILIDADES DE ESTUDIAR
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	Si
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	Oportunidad de ajustar el horario con estudios.
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Si
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Facilidad en los horarios.
HOTEL REPUBLICANO 1910	En blanco
HOTEL PALMETO	Se brinda capacitaciones.
HOTELES EL CID Y ELIMAR	Si
HOTEL GALEON	En blanco
HOTEL DONAL	Si se brinda la oportunidad de atender situaciones que requieren del tiempo del trabajador en otro espacio familiar o médico.

13. ¿El hotel conoce y evalúa el impacto ambiental que genera el desarrollo de sus procesos para la prestación de sus servicios?

Interpretación: Los datos de la tabla 31 indican que el hotel Galeón y el hotel Republicano 1910 no contestaron a esta pregunta; el hotel Magdalena Imperial y hoteles el Cid y Elimar si conocen y evalúan el impacto ambiental que genera el desarrollo de sus procesos pero no aclaran como evalúan esto; el hotel Donal y el León hotel-boutique hace esta evaluación por medio de la NTS-TS 002, pero el hotel León también reduce el impacto ambiental que generan por medio de la recolección de tapas, tarros, latas y bombillos; hotel los Puentes Comfacundi maneja controles e indicadores de calidad de los procesos; el Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S. hace la contemplación de los impactos que está generando, con el fin de tener una mejora constante; la sostenibilidad del ambiente la busca el hotel Palmetto a través de la prestación de sus servicios.

Tabla 31 Impacto ambiental

NOMBRE DE HOTELES	IMPACTO AMBIENTAL
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	Por medio de la NTS-TS 002; recolectando tapas, tarros, latas y bombillos.
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	Si
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Control e indicadores de calidad.
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Se contemplan los impactos ambientales, sociales, culturales y económicos con el fin de generar oportunidades de mejora.
HOTEL REPUBLICANO 1910	En blanco
HOTEL PALMETO	Siempre se busca ante todo la sostenibilidad del ambiente.
HOTELES EL CID Y ELIMAR	Si
HOTEL GALEON	En blanco
HOTEL DONAL	A través de la implementación de la norma sectorial 002, se lleva registro y control de este impacto por operación

14. ¿El hotel cuenta con programa para el tratamiento de desechos y residuos provenientes de la su actividad económica?

Interpretación: Los datos de la tabla 32 indican que el hotel Magdalena Imperial, hoteles el Cid y Elimar si maneja programas de reciclaje; proyectos ambientales o empresas certificadas en residuos es utilizado por el León hotel-boutique y hotel Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S.; el hotel Palmetto y hotel Donal hacen reciclaje igual que el hotel los Puentes Comfacundi a diferencia de que este hace manejo de productos peligrosos.

Tabla 32 Tratamiento de desechos

NOMBRE DE HOTELES	TRATAMIENTOS DE DESECHOS
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	Proyectos ambientales.
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	Si
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Reciclaje y manejo de productos peligrosos.
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Servicio de empresas certificadas en residuos.
HOTEL REPUBLICANO 1910	En blanco
HOTEL PALMETO	Reciclaje.
HOTELES EL CID Y ELIMAR	Si
HOTEL GALEON	En blanco
HOTEL DONAL	Reciclaje de plásticos, cartones y tapas de envases.

15. ¿El hotel integra en sus lineamientos estratégicos objetivos enfocados al medio ambiente?

Interpretación: Según la tabla 33 el hotel Magdalena Imperial, el hotel Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S., el hotel Palmetto, el hotel Donal, hoteles el Cid y Elimar tiene lineamientos estratégicos enfocados en el medio ambiente, el León hotel-boutique lo hace por medio de políticas de sostenibilidad y el hotel los Puentes Comfacundi a través de la norma técnica sectorial NTS-TS 002; el hotel Galeón y hotel Republicano 1910 omitieron esta pregunta.

Tabla 33 Lineamientos

NOMBRE DE HOTELES	LINEAMIENTOS
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	Política de sostenibilidad.
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	Si
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Calidad y norma técnico sectorial 002.
HOTEL TOCAREMA- SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Si
HOTEL REPUBLICANO 1910	En blanco
HOTEL PALMETO	Si
HOTELES EL CID Y ELIMAR	Si
HOTEL GALEON	En blanco
HOTEL DONAL	Si

16. ¿El hotel se preocupa por minimizar el consumo de energía, agua y otros productos que deterioran el ambiente?

Interpretación: Según los datos de la tabla 34 el hotel Palmetto, hotel Magdalena Imperial, y hoteles el Cid y Elimar si manejan el ahorro de energía y agua; el León hotel-boutique tiene un sistema tecnológico en las habitaciones en donde disminuye el uso del agua y al salir de la habitación apaga todo el sistema energía de esta, también maneja las tarjetas con chip; hotel Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S. maneja producto biodegradables; hotel Donal y el hotel los Puentes Comfacundi usa u sistema de indicadores de medición.

Tabla 34 Consumo

NOMBRE DE HOTELES	CONSUMO MINIMO
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	Sistema tecnológico y tarjeta chip.
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	Si
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Indicadores.
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Con productos biodegradables y bacterias en las aguas residuales.
HOTEL REPUBLICANO 1910	En blanco
HOTEL PALMETO	Si
HOTELES EL CID Y ELIMAR	Si
HOTEL GALEON	En blanco
HOTEL DONAL	Asumimos con responsabilidad el ahorro del agua, energía y la hacemos extensiva a nuestros clientes o usuarios para la preservación y cuidado con el medio ambiente.

17. ¿El hotel crea y desarrolla programas de educación ambiental con la participación de los integrantes de la organización?

Interpretación: Los datos de la tabla 35 nos muestra que el hotel Magdalena Imperial, hotel Los Puentes Comfacundi y hoteles el Cid y Elimar manejan programas de educación ambiental, el León hotel-boutique maneja un programa en donde se turna a cada empleado para que este pendiente de todo lo referente al reciclaje, hotel Palmetto da capacitaciones del consumo y ahorro de energía y agua, hotel Donal da capacitaciones continuas a sus empleados sobre el medio ambiente y como ahorrar energía y agua, el hotel Tocarema-sociedad hotelera icono S.A.S. maneja muy poco los programas de educación ambiental y el hotel Republicano 1910 con el hotel Galeón no contestaron a esta pregunta.

Tabla 35 Programas de educación ambiental

NOMBRE DE HOTELES	EDUCACION AMBIENTAL
EL LEON HOTEL-BOUTIQUE	Tienen un programa en el cual se turnan para poder manejarlo.
HOTEL MAGDALENA IMPERIAL	Si
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	Si
HOTEL TOCAREMA-SOCIEDAD HOTELERA ICONO S.A.S.	Muy poco
HOTEL REPUBLICANO 1910	En blanco
HOTEL PALMETO	Se brinda capacitaciones del ahorro del consumo del ambiente.
HOTELES EL CID Y ELIMAR	Si
HOTEL GALEON	En blanco
HOTEL DONAL	Programa de capacitación continua.

10. CAPITULO III. IDENTIFICAR QUE HOTELES DEL SECTOR ESTÁN REALIZANDO LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EVIDENTEMENTE

“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”¹².

Es necesario que se conozca cuáles son los hoteles encuestado y consultados para la elaboración de este trabajo, en cuales hoteles se evidencia que se está cuidando los recursos de las generaciones futuras y si están ejerciendo lo que es la responsabilidad social empresarial en todo el ámbito de la palabra, si cada día están haciendo mejoras para poder reducir el impacto que ocasionan con los desechos y que están creando para poder retribuirle a la ciudad lo que ella les da, según los parámetros de la norma técnica sectorial colombiana NTS-TS 002 que habla de los medidas que deben optar los negocios de servicio de alojamiento, la cual se encuentra registrada en el marco legal del proyecto.

El león hotel-boutique

El león hotel-boutique es el que está realizando una mayor responsabilidad social, porque este maneja el ahorro de agua y energía, opera tarjetas con chip para las puertas y un sistema inteligente el cual permite que cuando el huésped salga de la habitación se apaguen las luces o cualquier aparato electrónico que haya quedado encendido, también porque está comprometido con la comunidad al realizar donativos en navidad para los niños por medio del cuerpo de bomberos y al estar dispuesto a ayudar a los estudiantes en algo que necesiten, este hotel también destaca por su labor de reciclaje y de recolección de tapas y bombillos.

Hotel los Puentes Comfacundi

Hotel los Puentes Comfacundi es uno de los hoteles que está realizando una responsabilidad social al tener un sistema de reciclaje y de productos peligrosos, así permitiendo un aporte al medio ambiente y dándole un buen manejo a esos elementos, aplicando la norma técnico sectorial NTS-TS 002 que rige a los establecimientos de alojamiento en este momento, operando indicadores de uso sostenibles (agua y energía) para su reducción, y al manejar la norma ABP (aprendizaje basado en problemas) que genera una mejora continua.

¹² “Responsabilidad Social en el sector hotelero colombiano”. Obtenido de internet <http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/responsabilidad-social-sector-hotelero-colombiano-83850>. Investigado el 7 de mayo del 2017.

11. CAPITULO IV. IDENTIFICAR LOS HOTELES QUE HACEN UN MENOR APORTE A LO QUE ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA QUE SE CAPACITEN Y MEJOREN

“La responsabilidad social corporativa ha sido definida recientemente por la Comisión Europea como "la responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad".

Incluye aspectos sociales, económicos y medioambientales. Las empresas que deciden asumir la responsabilidad social en su gestión diaria, modifican aspectos de su gestión al tener que tener en cuenta por una parte a sus grupos de interés (clientes, personal contratado, proveedores, accionistas, administración pública, comunidad en la que operan, medios de comunicación y un largo etc.) y por otra la necesidad de medir y reducir sus impactos medioambientales”¹³.

Hotel Magdalena Imperial

El hotel Magdalena Imperial es uno de los hoteles encuestados a los que no se les ve una mayor responsabilidad social ya que no maneja sistema de reciclaje, no realiza actividades de carácter social, pero si tiene a sus empleados con todas sus prestaciones de ley y mantiene incentivos para mantenerlos motivados, una mejora que pueden implementar es el manejo de reciclaje y la aplicación de la norma técnica sectorial NTS-TS 002.

Hoteles el Cid y Elimar

Hoteles el Cid y Elimar no maneja capacitaciones a los empleados, no realiza actividades de carácter social, no cuenta con certificaciones para estar laborando como establecimiento de alojamiento, pero si se preocupa por minimizar el impacto ambiental con el ahorro de energía y agua; lo primero que deben implementar son las normas para ejercer como establecimiento de alojamiento y empezar a realizar actividades de carácter social para ayudar a la comunidad.

¹³ “¿Es el sector hotelero socialmente responsable?”. Obtenido de internet: https://www.hosteltur.com/192100_es-sector-hotelero-socialmente-responsable.html investigado el 7 de mayo del 2017.

12.CAPITULO V. REALIZAR PROPUESTAS PARA APROVECHAR AL MÁXIMO LAS CAPACIDADES DEL SECTOR HOTELERO PARA LA RETRIBUCIÓN DE LOS BENEFICIOS OBTENIDOS POR TODA LA PARTE TURÍSTICA DE GIRARDOT

- Crear comedores comunitarios para las personas de bajos recursos.
- Estar más a disposición de colaborar con los regalos de los niños en navidad.
- Hacer más recolección de tapas para los niños con cáncer ya que solo un hotel implementa este método y es algo que no le resta valor al hotel, sino que generaría un valor agregado.
- El manejo de los residuos por medio de empresas especializadas en desechos.
- Tener un sistema de reciclaje que al final las ganancias obtenidas sean donadas a la caridad o alguna fundación.
- Empezar a manejar tarjetas con chip en las habitaciones y sistema inteligente en ellas.
- Implementar la norma técnica sectorial NTS-TS 002

13. PLAN DE ACCION

A partir de los resultados del diagnóstico, se sugiere la puesta en marcha del siguiente plan de acción, el cual ha sido diseñado a partir de las fortalezas y debilidades de las áreas de gerencia, que, en materia de Responsabilidad Social, tiene las organizaciones.

En total, se recomendaron catorce (10) acciones para las diferentes áreas del hotel, las cuales se detallan en el siguiente cuadro. Para que los resultados reflejen el verdadero alcance de la Responsabilidad social empresarial en la práctica, por parte de los hoteles, se recomendó que el plan de acción propuesto lo liderara la gerente de gestión humana de los hoteles, mediante la conformación de un equipo de trabajo en RSE, fijándose como meta concreta la implantación de las actividades en un horizonte de tiempo de 12 meses.

Tabla 36 Plan de acción

ÁREA DE GESTIÓN	ACTIVIDADES	FUENTE DE VERIFICACIÓN
Valores y coherencia	Dictar conferencias y capacitación que tengan por propósito incentivar el respecto de los valores institucionales.	Informes y circulares
	Elaborar documento e informes dirigidos y publicados a todos los empleados con las funciones propias de su cargo.	Documento elaborado
	Publicar a través de medios como boletines, revista o página web el reporte de sustentabilidad.	Política elaborada y publicada Publico interno

	Dar a conocer la política de contratación a todos los empleados	Informes/ correo electrónico
Publico interno	Generar mecanismos y acciones para incluir personas discapacitadas el grupo laboral	Documento explicativo elaborado
	Promover la conformación de sindicatos o formas de organización de los trabajadores.	Documento explicativo y publicado
Relación con la comunidad	Elaborar informes sobre las acciones solidarias o de acción social que realice.	Documento elaborado
Medio ambiente	Difundir interna y externamente la política de relación con los diferentes grupos de interés.	Documento elaborado
	Evaluar las iniciativas que implementa la empresa con la comunidad.	Programa ambiental elaborado.
	Promover el voluntariado corporativo	Actas y reuniones

Este plan de acción propuesto, tiene como elemento principal el marco ético y moral de las organizaciones que en la práctica se lleva a cabo con el cumplimiento de los principios e intereses sociales universalmente aceptados, tales como los Derechos Humanos, los Estándares Laborales, el Medio Ambiente.

De esta manera, se garantiza que los hoteles tengan una implicación más directa con el bienestar y el desarrollo de la sociedad y además contribuya a la construcción de un mundo más justo y equitativo para todos en su área de influencia más cercan

14. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

14.1 RECURSOS HUMANOS

GRUPO INVESTIGADOR: Yennifer Joanna Lozano Reina y Luz Ángela Barcalcel Quezada

14.2 RECURSOS INSTITUCIONALES

Oficina de turismo Girardot y cámara de comercio de Girardot.

14.3 RECURSOS MATERIALES

Para realizar la investigación es necesario el uso de herramientas como celulares, computadores, memorias de almacenamiento de la información, papelería (formato encuesta físico).

14.4 RECURSOS FINANCIEROS

Tabla 37 Presupuesto

ACTIVIDAD	COSTOS
Internet	\$30.000
Transporte	\$50.000
Fotocopias	\$13.000
Impresiones	\$15.000
Imprevistos	\$20.000
Llamadas	\$50.000
TOTAL	\$178.000

14.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla Actividades: Primero periodo académico del 2017

- I. Determinar la cantidad de hoteles que hay en Girardot.
- II. Realizar la muestra para la aplicación de los instrumentos de recolección
- III. Diseñar los instrumentos de recolección de información primaria (encuestas y entrevistas).
- IV. Aplicar los instrumentos de recolección de información
- V. Interpretar y analizar la información recolectada.
- VI. Tabular la información recolectada
- VII. Elaboración del informe final
- VIII. Sustentación del trabajo de grado y posibilidad de publicación.

Tabla 38 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																					
	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				
ACTIVIDAD	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
I	■																				
II				■																	
III					■																
IV							■														
V												■									
VI													■								
VII														■							
VIII																		■			

15. CONCLUSIONES

- La mayoría de los hoteles en el municipio deciden asumir la responsabilidad social en su servicio diario, modificando aspectos de su gestión al tener en cuenta sus grupos de interés (clientes, personal, administración pública y comunidad en la que operan) y por otra la necesidad de medir y reducir sus impactos medioambientales.
- Algunos hoteles no hacen visible a los empleados las políticas de ascenso, por tal razón no pueden dar a conocer sus habilidades, evitando que la organización tenga la oportunidad de crecer y ser más competitiva en la región.
- Los hoteles deben cumplir con la norma técnica sectorial NTS-TS 002 en cada servicio de alojamiento y hospedaje con el fin de evidenciar que se ejerce la Responsabilidad Social Empresarial como debe ser y no a medias.

16. RECOMENDACIONES

- Ejercer la Responsabilidad Social como lo estipula la ley hoy en día y no evadir esta obligación que se adquiere al crear una empresa o en este caso un servicio de hotel u alojamiento
- En cuanto a las dimensiones de valores y coherencia, se debe tener en la empresa un manual de convivencia y un código de ética y ser conocidos y difundidos a todos los empleados, los valores como calidez, sencillez y disciplina, trabajo en equipo los cuales son importantes para lograr un excelente clima laboral y este será percibido por los clientes, trabajando bajo las funciones del gobierno corporativo y apoyándose en el organigrama logrando con esto una distribución y conocimiento de cada una de sus funciones logrando con esto el cumplimiento de los objetivos institucionales y de las actividades propias.
- Resaltar los beneficios que genera la aplicación de responsabilidad social empresarial y se puede concluir que la empresa que se preocupe por el medio ambiente e invierten esfuerzos contra la corrupción, favorecerá y garantizará fidelidad del consumidor. Se valorizará la imagen y marca de la empresa y se aprovechará de este potencial para marcar la diferencia en la forma y en las estrategias de hacer negocios.

BIBLIOGRAFIA

- ✓ DEFINICIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. Obtenido de internet <http://www.definicionabc.com/social/responsabilidad-social.php>

- ✓ PEÑA MIRANDA, David Daniel y CANTALLOPS, Antoni Serra. “Responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso de empresa de alojamiento de la ciudad de santa marta”. Obtenido de internet: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000600006.

- ✓ RAUFFLET, Emmanuel; LOZANO AGUILAR, José Félix; BARRERA DUQUE, Ernesto y GARCIA DE LA TORRE, Consuelo. Capítulo 1, página 3. Responsabilidad social empresarial. Editorial Pearson.

- ✓ ISO. ISO 26000 RESPONSABILIDAD SOCIAL, 2010. Obtenido de internet. https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf

- ✓ LEY 70 DE 2010 SENADO. Obtenido de internet. http://www.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=70&p_consec=26348

- ✓ CANTILLO GUTIERREZ, Irma Soraya. Responsabilidad social empresarial en el sector hotelero en la provincia centro de Boyacá Colombia. Obtenido de internet: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/43212/Documento_completo.pdf?sequence=1

- ✓ MOLINA LOPEZ, Pablo Andrés y GAITAN GARCIA, Jhon Sebastián. “análisis de las condiciones de inserción a la vida laboral de los graduados en administración de empresas, universidad de Cundinamarca, seccional Girardot. Trabajo de grado”. PAGINA 14

- ✓ GUTIERREZ PARRADO, Elizabeth. “sitios turísticos de Girardot Parranda”. Ilustración obtenida de internet: http://girardotparranda.blogspot.com.co/2014_07_01_archive.html.

- ✓ Responsabilidad Social en el sector hotelero colombiano. Obtenido de internet:
<http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/responsabilidad-social-sector-hotelero-colombiano-83850>

- ✓ ¿Es el sector hotelero socialmente responsable? Obtenido de internet:
https://www.hosteltur.com/192100_es-sector-hotelero-socialmente-responsable.html

- ✓ Ministerio de comercio y turismo, y universidad de externado de Colombia facultad de administración de empresas turísticas y hoteleras “Norma técnica NTS-TS sectorial colombiana 002”. Obtenido de internet.
<http://cotelcorisaralda.org/pdf/norma-tecnica-sectorial.pdf>

- ✓ Ley 1336 de 2009. Obtenido de internet
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36877>

- ✓ Lista de todos los hoteles de Girardot con el registro nacional del turismo. Obtenido de la cámara de comercio de Girardot.

ANEXO 1
LISTA DE TODOS LOS HOTELES DE GIRARDOT CON EL REGISTRO NACIONAL DEL TURISMO¹⁴

Tabla 39. Lista de hoteles

NOMBRE HOTEL	DIRECCION	TOTAL DE EMPLEADOS	TELEFONO
ALBERGUE ANDALUCIA	CL 16 N° 8-24 B/CENTRO	2	8309506
ARIZONA RANCH HOTEL	KM 4.5 VIA GIRARDOT- TOCAIMA	2	3105695552
CASA GRANADA BOUTIQUE HOTEL	CALLE 20 N° 8-65 B/GRANADA	0	322 245 7217
EL LEON HOTEL BOUTIQUE	CRA 10 N° 19-50 B/SUCRE	5	8889561
EUROPA INN HOTEL	CRA 12 NO 15-32 B/CENTRO	3	8332076
GRAN HOTEL EL CEDRO	CRA 11 N° 15-51 B/CENTRO	2	3202431958
GRAN HOTEL INN	CRA 12 N° 15-32 B/CENTRO	0	8332076
HELADERIA Y HOSPEDAJE FAMILIAR LA 56	MZ 56 CASA 11 B/KENNEDY	0	8327320
HOSPEDAJE ACAPULCO GIRARDOT	CRA 7 B N° 30-43 B/LA MAGDALENA	2	8884876
HOSPEDAJE BRISAS DE LA 8	CRA 8 N° 16-67 B/CENTRO	2	8312949
HOSPEDAJE IDEAL SAN MARCOS	CRA 8 N° 16-89 B/CENTRO	2	8350282
HOSPEDAJE VIKELU	CALLE 35 N° 23-17 B/VIVISOL	2	3208596950
HOSPEDAJE Y HELADERIA MONACO	CRA 9 N° 17-22 B/CENTRO	3	8350356

¹⁴ Lista de todos los hoteles de Girardot con el registro nacional del turismo. Obtenido de la cámara de comercio de Girardot. Consultado el 17 de abril de 2017

HOTEL ANDINO	CRA 8 N° 16-97 B/CENTRO	2	8333832
HOTEL ARCO IRIS GIRARDOT	CRA 5 N° 22-34 B/SANTANDER	2	8888500
HOTEL BACHUE	CRA 8 N° 18-04 B/GRANADA	32	8334790
HOTEL CAMPESTRE LA POLA	VEREDA BARZALOZA KM 6	2	3208302696
HOTEL CAÑAVERAL	CALLE 17 N° 7 - 60 B/CENTRO	2	8320574
HOTEL CASA BLANCA GIRARDOT REAL	CRA 15 N° 17-31 B/LA ESTACION	1	3134127405
HOTEL COLONIAL GIRARDOT	CRA 8 N° 17-41 B/CENTRO	1	3152817444
HOTEL DIANA MARIA	CALLE 25 N° 12-21 B/SUCRE	2	8351530
HOTEL DONAL - GIRARDOT	CRA 12 N° 28-21/24 URB BOGOTA	4	8334975 - 3124170090
HOTEL EL BOGA	CALLE 21 N° 13-01 B/SUCRE	1	8884999
HOTEL EL CID	CRA. 13 N° 28-06 URB. BOGOTA	3	8352072
HOTEL EL VIAJERO CONFORT GIRARDOT	CALLE 16 N° 12-54 B/CENTRO	1	3124338979
HOTEL ELIMAR	CALLE 28 N° 12-48 URB BOGOTA	4	8352072
HOTEL GALEON EXPRESS	CRA 13 N° 21-26/28 B/ SUCRE	3	8884792
HOTEL GALEON GIRARDOT	CALLE 25 N° 12-53 PISO 2 B/MURILLO TORO	3	8353584
HOTEL GALEON INN	CRA 13 N° 22-24 B/MURILLO TORO	3	8887427
HOTEL GIRARDOT LA CIUDAD DEL SOL	CALLE 14 N° 16-33	3	8360218
HOTEL GIRASOL	CALLE 17 N°.8-28 B/CENTRO	2	8333832
HOTEL HAWAII GIRARDOT	CALLE 21 N° 12-58 B/SUCRE	0	8887788

HOTEL IMARU	CALLE 22 N° 12-23 B/SUCRE	1	8885247
HOTEL ISABELLA IN	CALLE 22 N° 12- 47/51 B/SUCRE	2	3133788345
HOTEL LA FORTUNA JK	MANZANA 1 CASA 3 B/SANTA ISABEL	2	3124180642
HOTEL LA HISTORIA	CALLE 14 N° 10-61 B/SAN MIGUEL	1	3132903438
HOTEL LA PALMA GIRARDOT	CRA 11 °19-29 B/SUCRE	2	8330617
HOTEL LOS PARQUES	CALLE 16 N° 14-02 B/LA ESTACION	0	3006348852
HOTEL LOS PITUFOS GIRARDOT	CALLE 16 N°. 8-40 B/CENTRO	2	8322163
HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI	CRA 12 N° 15-03 B/CENTRO	32	8333715
HOTEL NICOLE	CALLE 20 N° 14-24 B/GAITAN	2	3108087029
HOTEL ORQUIDEA LA 14	CALLE 14 N° 10-35 B/CENTRO	3	8332989
HOTEL PARAISO	CRA 14 N° 17-23 B/LA ESTACION	0	8333335
HOTEL PISCINA LOS HELECHOS GIRARDOT	CRA 12 N° 12-72 B/SAN MIGUEL	1	8351047
HOTEL PLAZA CONFORT INN	CRA 9 N° 12-50 B/SAN MIGUEL	2	3102171937
HOTEL REPUBLICANO 1910	CRA 11 CON CALLE 15 ESQUINA	4	8352777
HOTEL REPUBLICANO 1910	CRA 11 CON CALLE 15 ESQUINA CENTRO	5	8352777
HOTEL ROSMAR	CALLE 16 N° 9-37 B/CENTRO	1	8324437
HOTEL SAN GERMAN	CRA 14 N° 15-103 B/LA ESTACION	4	3142777752
HOTEL SELECTO	CRA 11 N° 14-32 B/CENTRO	0	8350408
HOTEL SUCRE GIRARDOT	CALLE 14 N° 11-19 PISO 2 B/CENTRO	2	8332836

HOTEL TERMINAL DE GIRARDOT	CALLE 25 N°13-59 B/SUCRE	2	8332267
HOTEL TISQUESUSA	CALLE 18 N° 7-43 B/CENTRO	5	8312222
HOTEL TOCAREMA - SOCIEDAD HOTELERA LAS ACACIAS S.A.	CRA 5 N° 19-41 B/ALTO DEL ROSARIO	70	8350808
HOTEL TROPICAL GIRARDOT	CALLE 16 N° 16-09 B/CENTRO	1	3007793133
HOTEL UNION GIRARDOT	CRA 12 N° 17-03 B/SUCRE	35	4101350
HOTEL UNION GIRARDOT	CRA 12 N° 17-03 B/SUCRE	1	3418160
HOTEL VERACRUZ	CRA 11 N° 16-60 B/CENTRO	1	8885921
HOTEL ZAMBA RESORT	CRA 12 N° 19-24 B/SUCRE	9	8351351
KALINA HOTEL	CALLE 21 N° 11- 33/39	3	3134114545
LAGOMAR EL PEÑON COMPENSAR	VEREDA PORTACHUELO LAGOMAR EL PEÑON	191	8872730
LOPEZ RODRIGUEZ JOHN HEVER	CRA 8 N° 16-67 B/CENTRO	2	8312949
MAGDALENA IMPERIAL HOTEL	CALLE 17 N° 9-43 B/CENTRO	7	3115024787
MARTINEZ MONTANO ROSALBA	CALLE 16 N° 9-37 B/CENTRO	3	8324437
NUEVO HOTEL CONTINENTAL GIRARDOT	CALLE 16 N° 7-56 B/SAN MIGUEL	2	3103242067
OASIS DE LA COLINA HOSPEDAJE	DG 9 N° 22-10 B/LA COLINA	2	8305715
PRIETO ALJURE DAVID RICARDO	CRA 6 N° 20-75 B/ALTO DEL ROSARIO	3	8350685
RESIDENCIAS EL DORADO	CALLE 28 N° 12-34 URB. BOGOTA	1	8352927

ANEXO 2
ENCUESTA EMPLEADOS



UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SECCIONAL GIRARDOT

OBJETIVO GENERAL

Recolectar la información necesaria para identificar como se encuentra cada hotel con respecto a sus empleados y como está manejando la responsabilidad social hacia ellos, esta investigación hace parte del trabajo de grado y la información suministrada será confidencial y no será pública.

FECHA: _____

INFORMACION PERSONAL

1. Nombres y apellidos: _____

2. Sexo: F___ M___

3. Edad:

a. 18-23		b. 24-29		c. 30-35	
d. 36-41		e. 42-47		f. Más de 48	

4. Cargo: _____

5. Nivel educativo:

Primaria		Bachillerato		Técnico	
Tecnólogo		Pregrado		Posgrado	

6. Años de experiencia: _____

DATOS LABORALES

7. Nombre de la empresa en la que trabaja: _____

8. Años de antigüedad en la empresa: _____

9. Tipo de contrato que tiene:

<input type="checkbox"/> Contrato término fijo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Contrato término indefinido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Contrato de prestación de servicios	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Contrato por obra y labor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Contrato por horas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Otro	<input type="checkbox"/>

¿Cuál? _____

10. Tiene prestaciones de ley:

SI _____ NO _____

11. Se encuentra afiliado a la seguridad social:

SI _____ NO _____

12. Que beneficios que le ofrece la empresa

___ Capacitaciones

___ Incentivos

___ Descansos

___ Actividades extra laborales

___ otro,

¿cuáles?

INFORMACION GENERAL

13. ¿Existen políticas de ascenso profesional en la empresa y cree que son justas?

___ Si existen y son justas

___ Si existen y no son justas

___ No existen

14. ¿Que lo motiva a trabajar más?

___ Necesidad económica

___ Gusto por la actividad

___ Necesidad de crecer profesionalmente

___ Otro, ¿cuáles?

15. El hotel se preocupa por la seguridad de sus empleados

SI _____ NO _____

16. Cree que la empresa maneja bien la responsabilidad social con respecto al medio ambiente

SI _____ NO _____

¿Porque? _____

17. Que tan satisfechos se siente siendo parte de esta empresa

___ Muy satisfecho ___ Medianamente satisfecho
___ Satisfecho ___ Muy satisfecho
___ Insatisfecho

18. Está satisfecho con la atención y trato que se les otorga a los clientes.

___ Muy satisfecho ___ Medianamente satisfecho
___ Satisfecho ___ Muy satisfecho
___ Insatisfecho

19. La actitud de su superior lo impulsa a trabajar más.

___ Totalmente de acuerdo ___ De acuerdo
___ Medianamente de acuerdo ___ En desacuerdo
___ Totalmente en desacuerdo

20. La comunicación entre los empleados es positiva

___ Totalmente de acuerdo ___ De acuerdo
___ Medianamente de acuerdo ___ En desacuerdo
___ Totalmente en desacuerdo

21. ¿El hotel adopta y aplica entre sus integrantes normas de comportamiento ético relacionadas con los principios de responsabilidad social?

___ Siempre ___ Casi siempre
___ Algunas veces ___ Nunca
___ Casi nunca

22. ¿El hotel capacita a sus empleados cuando hay que implementar nuevas tecnologías?

___ Siempre ___ Casi siempre
___ Algunas veces ___ Nunca
___ Casi nunca

ANEXO 3

ENCUESTA GERENTES



UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SECCIONAL GIRARDOT

OBJETIVO GENERAL: Conocer el nivel de responsabilidad social que tienen los empresarios hoteleros del municipio de Girardot.

FECHA: _____

INFORMACION PERSONAL

1. Nombres y apellidos _____

2. Cedula: _____ de _____

3. Sexo: F___ M___

4. Edad:

a. 18-23	b. 24-29	c. 30-35
d. 36-41	e. 42-47	f. Más de 48

5. Cargo: _____

6. Nombre del hotel: _____

7. Cantidad de empleados: _____

8. ¿El hotel cuenta con estrellas?

SI___ NO___

¿Cuántas? _____

9. ¿Conoce que es responsabilidad social empresarial?

10. ¿De qué lugares contrata a su personal?

11. ¿Cuenta con programas de capacitación para su personal? _____

12. ¿Cómo se incentiva personal para ofrecer y mejorar el servicio? _____

13. ¿El hotel realiza actividades de carácter social?

14. ¿Cuenta con algún tipo de distintivo o certificación? ¿Con cuántos distintivos o certificaciones cuenta? (H, M, ISO, etc.). _____

15. ¿La intervención social empresarial realizada por el hotel le trae beneficios?

16. ¿El hotel adopta y aplica entre sus integrantes normas de comportamiento ético relacionadas con los principios de responsabilidad social? _____

17. ¿Cómo dan solución a las quejas o reclamos de los clientes?

18. ¿El hotel se preocupa por la seguridad de sus trabajadores? ¿Cómo cubre esta seguridad? _____

19. ¿Tiene algún acuerdo con otra empresa, para atraer más clientes? _____

20. ¿El hotel da facilidades de trabajar a sus empleados?

21. ¿El hotel conoce y evalúa el impacto ambiental que genera el desarrollo de sus procesos para la prestación de sus servicios? _____

22. ¿El hotel cuenta con programa para el tratamiento de desechos y residuos provenientes de la su actividad económica? _____

23. ¿El hotel integra en sus lineamientos estratégicos objetivos enfocados al medio ambiente? _____

24. ¿El hotel se preocupa por minimizar el consumo de energía, agua y otros productos que deterioran el ambiente? _____

25. ¿El hotel crea y desarrolla programas de educación ambiental con la participación de los integrantes de la organización? _____
