



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE MAGÍSTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**Propuesta de un sistema de gestión con responsabilidad social empresarial
para el Hostal la Castellana en el período 2015**

TRABAJO DE TITULACIÓN.

AUTOR: Moncayo Ortiz, Luis Fernando

DIRECTOR: Flores Flores, José Luis, Mgst.

CENTRO UNIVERSITARIO CUENCA

2015

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magíster

José Luis Flores Flores

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación, denominado: "Propuesta de un sistema de gestión con responsabilidad social empresarial para el Hostal la Castellana en el período 2015" realizado por Moncayo Ortiz Luis Fernando, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, julio de 2015

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Moncayo Ortiz Luis Fernando declaro ser autor del presente trabajo de titulación: Propuesta de un sistema de gestión con responsabilidad social empresarial para el Hostal la Castellana en el período 2015, de la Titulación de Maestría en Gestión Empresarial, siendo el Mgst. José Luis Flores Flores director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, concepto, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f).....

Autor: Moncayo Ortiz Luis Fernando

Cédula: 0102586153

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis con amor a mi esposa Rocío y mi hija Samantha por quienes son la razón de mi existencia.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis Padres por su apoyo que han sabido entregar durante toda mi vida. También quiero agradecer a todos quienes hicieron posible el desarrollo de la presente tesis y de manera muy especial a mi Director de tesis por su acompañamiento y guía durante la realización y culminación del presente trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I	
1. MARCO TEÓRICO	4
1.1. La Organización y Empresa.	5
1.1.1. Organización.	5
1.1.2. Empresa.	5
1.2. Filosofía empresarial.	6
1.2.1. Misión.	6
1.2.2. Visión.	6
1.2.3. Fuerzas que actúan en el entorno interno de la organización.	6
1.2.4. Fuerzas que actúan en el entorno externo de la organización.	8
1.2.5. Estrategias.	11
1.3. Conceptualización de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	11
1.4. Modelo de la Triple Bottom Line (TBL).	11
1.5. Instrumentos de gestión de la RSE.	12
1.5.1. Global Reporting Initiative (GRI).	12
1.5.2. ISO 26000.	16
1.6. La RSE y el desarrollo sustentable.	17
1.7. La RSE y los recursos humanos.	18
1.7.1. Seguridad y salud ocupacional.	18
1.7.2. Remuneraciones y protección social.	19
1.8. La RSE y los grupos de interés	21

CAPITULO II

2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

2.1.	Metodología de la investigación.	25
2.1.1.	Tipo de investigación.	25
2.1.2.	Diseño de la investigación.	25
2.1.3.	Recolección de la información	26
2.1.4.	Presentación y análisis de los resultados.	27
2.1.5.	Aplicación de un modelo básico de encuestas para comprobar la gestión de RSE en la empresa.	37
2.1.6.	Análisis de resultados del cuestionario N°1 de RSE	43
2.1.7.	Análisis del resultados del cuestionario N°2 de RSE	47

CAPITULO III

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA

2.2.	Historia.	53
2.3	La empresa.	53
2.3.1.	Ubicación.	53
2.3.2.	Misión.	53
2.3.3.	Visión.	53
2.3.4.	Servicios.	53
2.4.	Estructura organizativa.	57
2.4.1.	Administración.	57
2.4.2.	Personal operativo.	58
2.4.3.	Contador.	59
2.4.4	Guardia.	59
2.4.5	Tarifas.	59
2.4.6.	Organigrama funcional.	61
2.5.	Clientes.	62
2.6.	Marco legal.	62
2.7.	Análisis de la organización.	62
2.7.1.	Análisis Interno.	62
2.7.2.	Análisis externo.	62
2.8.	Foda institucional.	68

CAPÍTULO IV

3. SISTEMA DE GESTIÓN CON RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

71

3.1.	Introducción del sistema de gestión con RSE.	72
3.2.	Gobierno corporativo.	72
3.2.1.	Rendición de cuentas.	72
3.2.2.	Transparencia.	73
3.2.3.	Comportamiento ético.	73
3.2.4.	Respeto a los intereses de las partes interesadas.	74
3.2.5.	Respeto al principio de legalidad.	74
3.2.6.	Respeto a la norma internacional de comportamiento.	75
3.2.7.	Respeto a los derechos humanos.	75
3.2.8.	Acciones que se relacionan con la gobernanza.	75
3.2.9.	Beneficios para la organización con la aplicación de la gobernanza.	76
3.3.	Derechos humanos.	77
3.3.1.	Derechos civiles y políticos.	77
3.3.2.	Derechos económicos, sociales y culturales.	78
3.3.3.	Acciones que se relacionan con los derechos humanos.	78
3.3.4.	Beneficios para la organización con la aplicación de los derechos humanos.	79
3.4.	Prácticas laborales.	80
3.4.1.	Reclutamiento del personal.	80
3.4.2.	Proceso de selección.	81
3.4.3.	Plan de capacitación.	82
3.4.4.	Plan de seguridad, higiene y salud ocupacional.	83
3.4.5.	Incentivos, remuneraciones y jornada laboral.	84
3.4.6.	Organizaciones de trabajadores.	85
3.4.7.	Conflictos laborales.	85
3.4.8.	Acciones que se relacionan con las prácticas laborales.	86
3.4.9.	Beneficios para la organización con la aplicación de las prácticas laborales	87
3.5.	Medio ambiente.	88
3.5.1.	Acciones que se relacionan con el medio ambiente.	88
3.5.2.	Beneficios para la organización con la aplicación del principio del medio ambiente.	89
3.6.	Prácticas justas de operación.	90
3.6.1.	Acciones que se relacionan con las prácticas justas de operación.	91
3.6.2.	Beneficios para la organización con la aplicación de las prácticas justas de operación.	92
3.7.	Consumidores.	92

3.7.1. Acciones que se relacionan con los consumidores.	93
3.7.2. Beneficios para la organización con la aplicación del principio de los Consumidores.	94
3.8. Comunidad.	95
3.8.1. Acciones que se relacionan con la comunidad.	95
3.8.2. Beneficios para la organización con la aplicación del principio de la comunidad.	96
3.9. Plan de acción para la implementación del sistema de gestión con responsabilidad social empresarial.	97
CONCLUSIONES	109
RECOMENDACIONES	110
BIBLIOGRAFÍA	111
ANEXOS	113

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación intitulado: “Propuesta de un sistema de gestión con responsabilidad social empresarial para el Hostal la Castellana” tiene como objetivo aportar a la comunidad entregando un proceso de gestión con un alcance a la norma ISO 26000 de RSE que busca fortalecer los derechos humanos, prácticas laborales, relación con los consumidores, gestión de la política de la organización y actuar con responsabilidad social pensando en un ambiente sustentable y sostenible a través del servicio que ofrece la organización. Con la guía de responsabilidad social se propone recomendar, orientar y apoyar las actividades que realiza la organización para establecer las buenas relaciones con los grupos de interés estableciendo compromisos y actividades entre stakeholders y la empresa dando cumplimiento a las exigencias de preservación e impacto ambiental.

La presente tesis presenta en su sistema de gestión varias propuestas encaminadas hacia un plan de acción y beneficios en base a la responsabilidad social bajo los norma ISO 26000. También se entrega un plan de acción para la implementación de un sistema de gestión con responsabilidad social para la organización.

PALABRAS CLAVES: ISO 26000, Responsabilidad Social Empresarial (RSE), sustentable, sostenible, derechos humanos, organización, comunidad y consumidores.

ABSTRACT

This research paper entitled "Proposal of a management system with corporate social responsibility for the Hostal la Castellana" aims to contribute to the community by providing a management process with a range of CSR ISO 26000 standard seeks to strengthen human rights, labor practices, relationship with consumers, policy management of the organization and acting socially responsible thinking in a sustainable and sustainable environment through the service offered by the organization. With the guidance of social responsibility it is proposed to recommend, guide and support the activities of the organization to establish good relations with stakeholders making commitments and activities among stakeholders and the company in compliance with the requirements of preservation and environmental impact.

This thesis presents in its management system several proposals towards a plan of action and benefits based on social responsibility ISO 26000 under a plan of action for the implementation of a management system also comes with responsibility social to the organization.

KEYWORDS: ISO 26000, Social Responsibility, sustainable, human rights, organization, community and consumer.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación responde a las nuevas exigencias sociales en cuanto a la responsabilidad de las empresas al momento de realizar sus actividades. La tesis consta de tres capítulos, el primer capítulo trata sobre el marco teórico en el que se basa toda la investigación para ello se ha tomado textos de varios autores, folletos electrónicos y páginas de internet, todas ellas hablan sobre el enfoque de responsabilidad social de las empresas actuales.

En el segundo capítulo, trata sobre la metodología utilizada en la investigación y un breve diagnóstico situacional de la empresa. Se explica en éste capítulo sobre el desarrollo de la metodología de investigación utilizada para conocer el grado de satisfacción del cliente, así como; se ha desarrollado dos cuestionarios de preguntas cerradas y a través de un trabajo de campo determinar el grado de aplicación que tiene la organización sobre la responsabilidad social empresarial. Con estos datos se ha realizado un breve diagnóstico de la empresa para conocer los parámetros de cumplimiento que tiene la organización en torno a la Responsabilidad Social (RS). Se ha tomado la norma ISO 26000 para identificar el nivel de aplicación de RS que tiene la organización.

En el tercer capítulo se ha trabajado en establecer acciones que la empresa podría trabajar considerando la norma ISO 26000 y así mismo, ciertos beneficios que la organización podría alcanzar con el desarrollo de estas acciones. Más adelante se ha elaborado un plan para implementación de un sistema de gestión con responsabilidad social empresarial el mismo que relaciona los siete aspectos fundamentales de la norma ISO 26000 como es el gobierno corporativo, derechos humanos, medio ambiente, prácticas laborales, prácticas justas de operación, consumidores y la comunidad.

El plan para implementación del sistema de gestión con RS contiene los objetivos a alcanzar, las estrategias fundamentales, actividades, fechas de inicio y terminación, recursos humanos y tecnológicos, costos presupuestados y los indicadores.

La elaboración de la guía de RS tiene como propósito fundamental orientar, guiar, recomendar y apoyar las actividades que realiza la organización buscando fortalecer las relaciones con los grupos de interés, comprometiendo a los stakeholders en las actividades de la empresa y garantizar la credibilidad y veracidad de la empresa así como la permanencia a lo largo del tiempo siendo socialmente responsable con el medio ambiente.

CAPITULO I
MARCO TEÓRICO

1. Marco Teórico

1.1. La Organización y Empresa.

1.1.1. Organización.

La organización es “un grupo formal y coordinado de personas, el cual opera para alcanzar metas específicas” (Hellriegel, 2011, p. 6).

Toda organización tiene una estructura y lucha por llegar a metas que si las personas actuaran solas serían inalcanzables. Todas las organizaciones luchan por alcanzar metas específicas, pero no todas tienen las mismas metas. En éste contexto de conceptualización de organización vemos que las personas o miembros de un grupo son las que forman a la organización y tienen que estar perfectamente coordinadas para alcanzar los objetivos y metas específicas.

1.1.2. Empresa.

- La empresa como una "entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados" (García, 2006, p. 3).

- Hayo otro concepto de empresa que dice “la empresa es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr un fin determinado” (Romero, 2006, p. 9).

Revisando éstos conceptos se puede decir que la empresa es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social.

Romero pone mayor énfasis en la organización de la persona dentro de la organización para lograr el fin determinado pero con trabajo y esfuerzo individual o colectivo, al respecto pienso que hablar de empresa es hablar de trabajo en equipo ya que muy difícilmente se podría alcanzar las metas organizacionales si una sola persona está al frente de la empresa, más bien necesita el apoyo del resto de departamentos.

Se pueden tener muchas definiciones a cerca de empresa, sin embargo, todas ellas tienen aspectos comunes como es grupo de personas que utilizan recursos para alcanzar objetivos, también utilizan la administración para explotar organizadamente los recursos y obtener bienes y/o servicios. Se podría indicar que empresa es un grupo en el que a través de la administración de sus recursos, del capital y del trabajo, se producen bienes o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de una comunidad.

1.2. Filosofía empresarial.

1.2.1. Misión.

En el aspecto de la misión se define como “el objeto o razón de ser de una organización o empresa” (Daft, 2010, p.10).

El enunciado de la misión es el presente de la empresa y suele responder a preguntas básicas como: ¿A qué actividad nos dedicamos?, ¿Quiénes somos?, ¿Cómo lo hacemos? ó quizá mencionar las actividades a las que se dedica la organización.

Toda declaración de misión debe incluir los siguientes componentes: 1) Definir claramente a los clientes, 2) Indicar los principales productos y servicios, 3) Los mercados que atiende, 4) La tecnología que cuenta la empresa, 5) Preocupación por la supervivencia, crecimiento y rentabilidad, 6) La filosofía institucional, 7)Cuál es la principal ventaja competitiva de la empresa y sus capacidades centrales, 8) Preocupación por la imagen pública (aspectos sociales y ambientales) y 9) Interés en los empleados.

1.2.2. Visión.

La visión expresa “el objeto y las aspiraciones fundamentales de la organización y por lo habitual está dirigida al corazón y a la mente de sus miembros” (Hellriegel, 2011, p. 216).

La visión constituye el horizonte hacia donde se dirige la empresa, es el futuro de la empresa y lo que queremos ser.

1.2.3. Fuerzas que actúan en el entorno interno de la organización.

— Capacidades centrales

Las fuerzas de cambio también pueden venir del interior de las organizaciones, estas pueden resultar de diferentes metas organizacionales o de nuevos desafíos, o pueden ser ocasionadas por nuevas iniciativas de calidad, cambio en las tecnologías o comportamientos de los miembros de la organización.

Ejemplo de ello es, al cambiar una meta de utilidad a corto plazo por una de productividad a largo plazo, tiene un impacto directo sobre el trabajo diario de la mayoría de los individuos de la organización, conduciendo posiblemente a una reorganización de las operaciones, en general.



Figura 1: Fuerzas internas que provocan el cambio en la organización
Fuente: Guizar, R. (1998), consultado por Hernández y otros (2011)
Elaborado por: El Autor

Las fuerzas internas los constituye las capacidades centrales, las cuales “son las principales destrezas, habilidades y recursos que crean valor para la organización y que determinan sus fuerzas competitivas” (Robbins, 2005, p. 184).

Las habilidades son el resultado del conocimiento y preparación de los miembros de la organización, es decir, que una de las fuerzas fuertes que determinan o provocan el cambio en la empresa es el grado o nivel de preparación de su personal. Si los miembros no se preparan o actualizan sus conocimientos estarían poniendo en riesgo el cumplimiento de metas y objetivos de la organización, de ahí que tan importante es la capacitación.

Como recursos que provocan el cambio interno puede ser a nivel tecnológicos como planta y equipos, también los recursos económicos y activos tangibles como muebles y equipo de oficina.

— **Fortalezas**

Son las actividades que la organización hace bien o los recursos exclusivos que ésta posee. También son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente entre otras.

— **Debilidades**

Son las actividades que la empresa no hace bien, o la carencia de recursos. Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades de los que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente.

1.2.4. Fuerzas que actúan en el entorno externo de la organización.

Las variables de la empresa que actúan sobre el entorno son múltiples y en muchas ocasiones difíciles de prever. Dado que los altos mandos toman decisiones en su actividad normal que influyen sobre el futuro de la empresa, deben procurar comprender lo mejor posible los factores más influyentes y su evolución.

El entorno externo está dividido en dos secciones que permiten analizar variables directas o indirectas conocidas como micro entorno y macro entorno; el óptimo funcionamiento de organizaciones, empresas o unidades de producción, depende de la manera que se analicen y aprovechen éstos aspectos para la supervivencia o crecimiento de toda empresa.

1.2.4.1. El micro entorno.

Entorno de acción directa o entorno inmediato “son aquellos elementos que están relacionados permanentemente con la empresa y que influyen en las operaciones diarias como en los resultados” (Fernández, 2005, p.43).

Los clientes, proveedores, competidores y reguladores son algunos de los elementos que conforman el micro entorno de una empresa.

— **Clientes**

Respecto a los clientes “son conocidos como los compradores o personas que adquieren los bienes o servicios que ofrece una organización”. (Hidrobo, 2013, p.33).

Cabe indicar que el cliente pese a un abanico de opciones siempre regresa al mismo lugar a comprar esto se puede lograr con un proceso de fidelización por parte de la empresa.

— **Competidores**

Los competidores “son todas aquellas organizaciones que producen y comercializan bienes o servicios, con las cuales una empresa compite por la obtención de clientes y consumidores”. (Hidrobo, 2013, p.33). Se puede decir que la competencia busca incrementar sus ventas sin importar la cartera de clientes de la otra empresa.

— **Proveedores**

Los proveedores “son todas aquellas organizaciones, personas o agentes que facilitan los insumos necesarios para que una empresa produzca su bien o servicio. (Hidrobo, 2013, p.33). Estos insumos o recursos adquiridos afectan de manera directa la calidad, costo y plazo de entrega para cualquier bien o servicio.

— **Reguladores**

Los reguladores “son elementos que se encargan de controlar, legislar o influir en las políticas de las organizaciones”. (Hidrobo, 2013, p.34).

1.2.4.2. El macro entorno.

También conocido como macro ambiente se refiere a todos aquellos aspectos relacionados con el exterior de la empresa. El macro entorno estudia elementos que son difíciles o imposibles de controlar, por lo que la empresa debe tener conocimiento de ellos para aprovecharlos o reducir su impacto, así tenemos: Factores Socio Culturales, Factores Tecnológicos, Factores Económicos, Factores Políticos Legales y Factores Globales.

— **Factores Socio Culturales**

Los factores socio culturales son fuerzas del ambiente general externo en dónde se incluyen principalmente aspectos demográficos y aspectos culturales. Los aspectos demográficos son todos aquellos elementos (edad, nivel educativo, distribución geográfica y densidad de población) que describen la composición de la población mientras que los aspectos culturales son todas las normas, costumbres y valores de la población en general.

— **Factores Tecnológicos**

Comprende el nivel de los avances científicos y tecnológicos en la sociedad, incluyendo la base física (plantas, equipo, servicios) y la base tecnológica de conocimientos. Al tratarse

de entorno externo a la organización se puede mencionar que las plantas y equipos de la competencia resulta una amenaza para la organización ya que no se puede controlar que otras empresas adquieran tecnología de punta.

— **Factores Económicos**

Los factores económicos “son condiciones y tendencias generales de la economía que pueden ser factores en las actividades de la organización” (Finch, 1996, p. 82).

Respecto a ésta definición se puede nombrar a aspectos económicos como son los índices de la economía de un país, la tasa de inflación, índice de precios al consumidor, el producto interno bruto, balanza de pagos que provocan el cambio en la organización y que éste no puede controlar.

— **Factores Políticos Legales**

Los factores políticos legales constituyen también un “impacto drástico en las organizaciones, empresas o unidades de producción, ya que las regulaciones a nivel municipal, provincial y nacional imponen una serie de leyes y normas delimitando lo que las empresas pueden y no pueden hacer”. (Hidrobo, 2013, p.35).

Estos factores se vuelven una verdadera amenaza para la organización puesto que no las puede controlar por lo que se vuelven negativas para la empresa.

— **Factores Globales**

“Son elementos externos a la organización que se manifiestan cuando la organización, empresa o unidad de producción, importa, exporta o compite con las organizaciones del extranjero o internacionales”. (Hidrobo, 2013, p.35).

— **Oportunidades**

Son las tendencias positivas que provee el ambiente externo.

Las oportunidades son factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

— **Amenazas**

Las amenazas son parte de las tendencias negativas del ambiente externo.

Las amenazas establecen las situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

1.2.5. Estrategias.

Las estrategias se refieren a los principales cursos de acción (opciones) elegidos e instituidos para alcanzar una o varias metas. (Hellriegel, 2011).

Es importante mencionar bajo éste concepto de estrategia que describe las actividades que la organización realiza para cumplir con sus objetivos específicos, por lo tanto, resulta de mucha importancia elaborar las estrategias con fiel conocimiento de la empresa, productos y servicios.

Si la estrategia está mal planteada determina que no se cumplirá las metas de la organización ya que las actividades no están alineadas con los objetivos que se pretende conseguir peor aún genera un gasto.

1.3. Conceptualización de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede definirse como la contribución activa y voluntaria de una empresa al mejoramiento social, económico y ambiental de sus grupos de interés y su entorno, con el propósito de optimizar su oferta de valor y competitividad. Sabemos que la aplicación de la RSE no es obligatoria para las empresas pero si es importante pensar no solamente en generar ganancias o lucrar a costa de sacar provecho de los demás más bien hay que pensar en las generaciones del futuro y pensar en mantener el ambiente y la vida.

1.4. Modelo de la Triple Bottom Line (TBL).

A finales de la década de 1990, como consecuencia del deterioro ambiental y la crisis ambiental causada por las acciones humanas, especialmente las realizadas por las empresas, el discurso ambiental comenzó a tomar más fuerza en la teoría administrativa. Hart, (1997) señala: dados los retos ambientales a los que se enfrenta el mundo es necesario vincular la estrategia y el desarrollo tecnológico con el concepto de sustentabilidad expresado en 1986 por la ONU, con la finalidad de generar ventajas competitivas.

De esta forma, se agrega una nueva dimensión a la RSE; por otro lado, conjuntamente con los aspectos económico y social, se considera también el aspecto ambiental. En este

sentido, el modelo de Elkington, conocido como Triple Bottom Line (TBL) o la triple cuenta de resultados, vincula estas tres dimensiones y la interacción que resultan de ellas.

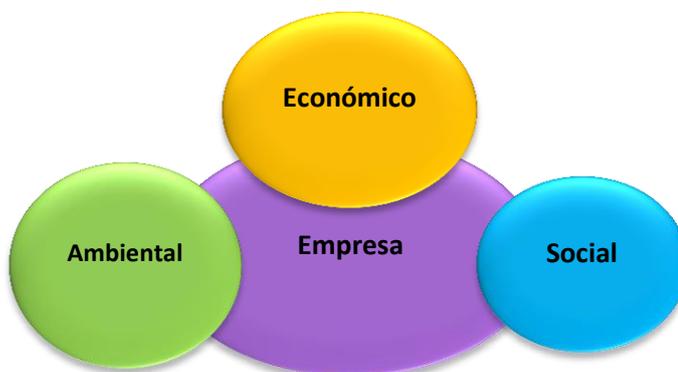


Figura 2: El TBL de la empresa

Fuente: Guizar, R. (1998), consultado por Hernández y otros (2011)

Elaborado por: El Autor

La TBL resulta importante para la investigación ya que considera el desarrollo tecnológico con la sustentabilidad y se reflexiona en los impactos que genera esta en el entorno, organizacional y específicamente a nivel ambiental. Hoy en día vemos como las empresas han crecido aceleradamente y todas piensan en mejorar sus ganancias y lucrar sin medir las consecuencias ambientales y sociales sobre el planeta.

El modelo considera que la organización pueda ofrecer sus servicios de forma responsable pero sin comprometer el bienestar de empleados, clientes internos y externos. Ser socialmente responsable implica ofrecer servicios de calidad pero sin comprometer la estabilidad laboral a sus empleados, pensar también en el bienestar del personal de la empresa brindándoles planes de capacitación, generar un adecuado ambiente laboral, buenos salarios acorde a su preparación, pensar en tener buenas relaciones entre empleados, ofrecer una adecuada infraestructura que garantice seguridad y salud ocupacional y por supuesto no olvidar al medio ambiente.

1.5. Instrumentos de gestión de la RSE.

1.5.1. Global Reporting Initiative (GRI).

El GRI (Global Reporting Initiative), ha generado documentos orientados a la implementación de estos lineamientos en las pequeñas y medianas empresas. La iniciativa

GRI fue creada por organizaciones no gubernamentales como CERES y el Instituto Tellus. Su objetivo es la elaboración de reportes sobre sustentabilidad que sean comparables entre empresas, organizaciones de la sociedad civil e instituciones profesionales. La medición de desempeño considera tres aspectos económico, ambiental y social.

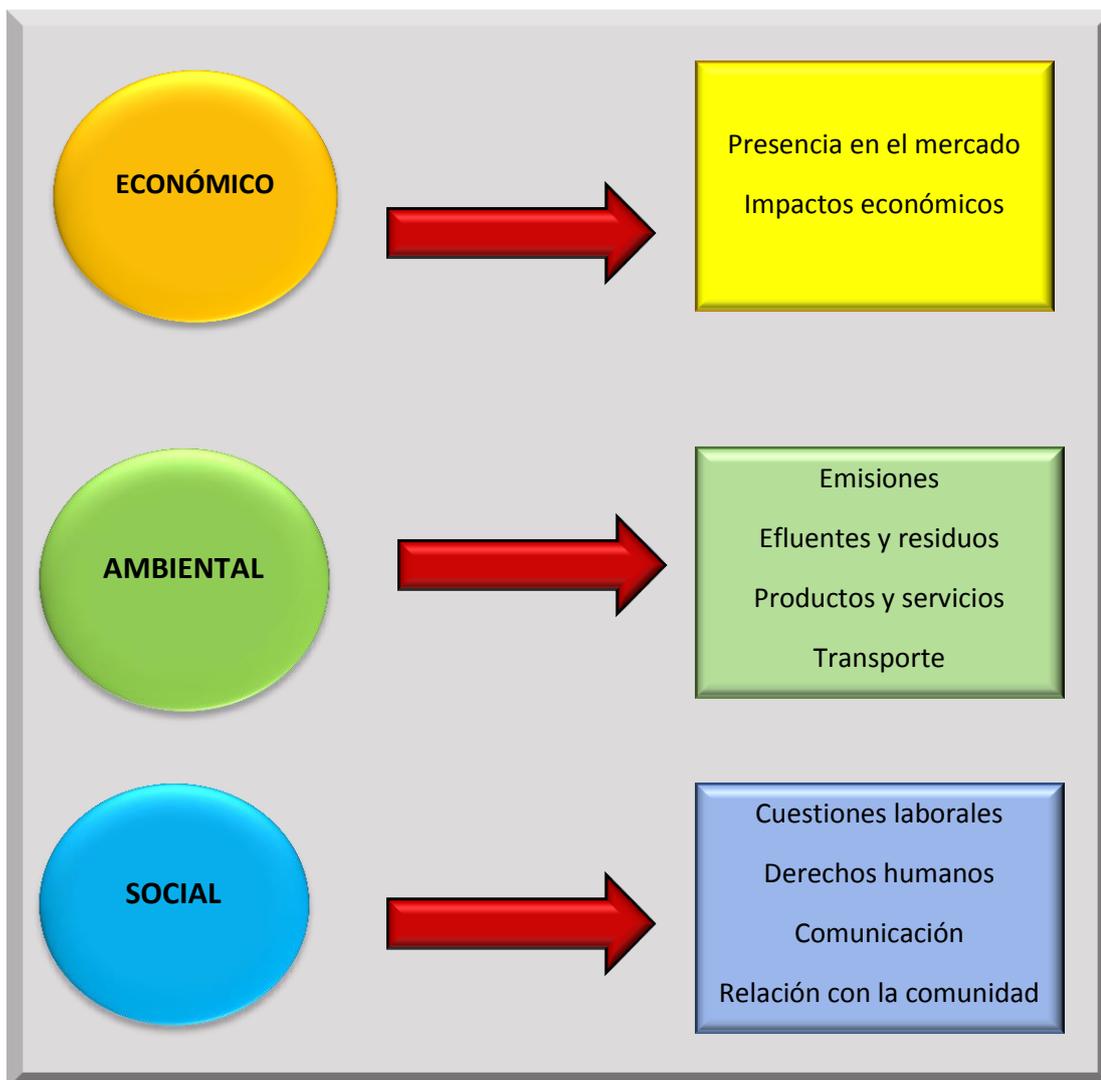


Figura 3: Indicadores GRI

Fuente: Global Reporting Initiative.

Elaborado por: El Autor

— Presencia en el mercado

Las empresas buscan mantener relaciones con la mayor cantidad de clientes, consumidores, proveedores y satisfacer a cabalidad las necesidades de la demanda por tal motivo emplea todos sus recursos para ganar aceptación en el mercado y encontrar la

mayor preferencia en el ofrecimiento de servicios. Tener presencia en el mercado significa la supervivencia organizacional a lo largo del tiempo.

— **Impactos económicos**

Cuando la empresa pierde presencia en el mercado es decir baja su nivel de aceptabilidad por parte del mercado vienen los problemas económicos como es pocos ingresos por falta de ventas, no existe suficientes clientes son contados los que consumen el producto o servicio, no hay aceptación de la comunidad y por lo tanto la empresa tiende a disminuir personal porque no hay suficientes recursos para mantener al personal, el servicio baja de calidad la gente no está a gusto tanto clientes internos como externos generando un impacto bastante fuerte en la organización que puede comprometer su supervivencia en el mercado.

— **Emisiones**

Se trata de emisiones de fuentes móviles que afecta al medio ambiente, la contaminación que emana los gases de escape de vehículos son tan fuertes que provocan el efecto invernadero y calentamiento global dando como consecuencia los deshielos de los casquetes polares y por lo tanto problemas y desastres naturales.

Otra fuente de emisiones son los fluidos, gaseosos y sólidos como producto de la actividad humana o natural.

— **Efluentes y residuos**

Los residuos que salen de fábricas, empresas y organizaciones que se dedican a una actividad de explotación de recursos naturales originan residuos altamente contaminantes que contaminan el ambiente. Pero no solamente las grandes empresas también las pequeñas y micro empresas contaminan como resultado de sus residuos tóxicos de la actividad empresarial.

— **Productos y servicios**

Son todos los bienes que ofrece la empresa y que es elegible y viable para el consumidor o demanda potencial para satisfacer sus necesidades. Las organizaciones invierten sus mejores esfuerzos por generar productos y servicios que sean del agrado del cliente y que éste se sienta satisfecho, hoy en día la intención no es solamente que el cliente compre más bien se pretende fidelizar para que el consumidor regrese siempre y mantenerle en el tiempo.

— Transporte

El transporte hay que entenderlo en diferentes momentos, para el caso de importaciones es clave garantizar el transporte de mercaderías evitando daños en el producto a la hora de recibir el flete. También se puede entender como transporte al utilizado en los canales de distribución del producto se tiene que garantizar que éste llegue en buen estado a su destino final, hay empresas que invierten grandes cantidades de dinero para que su producto llegue intacto al consumidor final. Por otro lado, transporte se puede entender al utilizado por empresas de hospedaje y turismo quienes utilizan para garantizar que el huésped llegue a su destino y satisfacer sus necesidades.

— Ámbito laboral

Hoy en día las empresas ya no solo se preocupan porque el producto o servicio salga bien de fábrica sino también por el bienestar del cliente y de sus colaboradores de tal manera que el ambiente laboral es tan importante a la hora de cumplir con los objetivos organizacionales. Un adecuado ambiente laboral y las buenas relaciones entre sus trabajadores así como colaboradores satisfechos y motivados son clave fundamental para la producción. Por tal motivo las empresas se preocupan por mantener constantes capacitaciones con los empleados, poseer una estructura organizativa que permita una adecuada organización y sobretodo tener claro el perfil del puesto que desempeña cada miembro de la organización esto con la intención de evitar conflictos al momento de cumplir con las funciones que corresponde.

— Derechos humanos

Un factor clave que hay que tomar en cuenta en las actuales organizaciones es la del respeto a la dignidad de la persona, hay empresas que no cumplen con esto y tratan de saltar la ley para cumplir con sus objetivos y metas. Sin embargo, debemos tomar en cuenta que hay leyes como el código civil, código laboral, código de la niñez y adolescencia, entre otros, que protegen los derechos de la persona y su desarrollo en las actividades empresariales.

— Comunicación

Los procesos de comunicación son importantes a la hora de darse a conocer en el mercado a través de publicidad en redes sociales, televisión, radio y periódicos. Las empresas invierten millones de dólares en canales de publicidad y marketing. Otro ámbito importante

de la comunicación es la organizacional es decir aquella que se da entre empleados y clientes, es decir, dentro y fuera de la empresa, la gestión de comunicación interna puede salvar a la empresa de chismes “radio pasillo” o malos entendidos con la alta dirección. Para esto hay que utilizar los medios tecnológicos de manera adecuada para que la comunicación se espontáneo, libre y sobretodo informativa.

— **Relaciones con la comunidad**

Son aquellas relaciones que tiene la empresa con los stakeholders es decir que los grupos de interés se ven afectados positiva o negativamente con las actividades que desempeña la organización. Para ello las empresas buscan mantener las mejores relaciones con las personas interesadas y buscan mejorar sus productos para satisfacerlos.

1.5.2. ISO 26000.

— **Filosofía**

La ISO 26000, (2007) es una guía internacional reguladora, de carácter voluntario, que puede implementarse en todo tipo de organizaciones. Entre sus principales aspectos se encuentran: alcance de la RSE, términos y definiciones de la RSE, principios fundamentales, reconocimiento de la RSE y compromiso con los grupos de interés a través de la gestión de la política corporativa, los derechos humanos, las prácticas laborales, el ambiente, las operaciones justas, los consumidores y el desarrollo de la comunidad. Además, establece recomendaciones para implementar prácticas de RSE. Al igual que el GRI es una guía que ayuda a las empresas a reportar sus avances en temas de RSE y sustentabilidad. La ISO 26000 no se presenta como un modelo de gestión, por lo que se puede obtener una certificación externa. La ISO 26000 recomienda y brinda lineamientos, es decir, es de carácter voluntario.

La presente tesis toma las recomendaciones que hace ISO 26000 y presenta una propuesta de modelo de gestión en la empresa de servicios hoteleros de responsabilidad social empresarial permitiendo ser una organización competitiva en el mercado actual de hospedaje en el país.

— **Rasgos Principales**

La guía provista en ISO 26000 se basa en las mejores prácticas desarrolladas por las iniciativas de RS existentes en los sectores público y privado. Es coherente y complementa

a las declaraciones y convenciones pertinentes de las Naciones Unidas y sus mandantes, en particular la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

ISO 26000 integrará la experiencia internacional en responsabilidad social, lo que significa qué asuntos la organización necesita abordar con el fin de operar de una manera socialmente responsable y qué es una mejor práctica en la aplicación de la RS. ISO 26000 será una herramienta de RS poderosa para ayudar a las organizaciones a pasar de las buenas intenciones a las buenas acciones

— **Alcance**

Guía a todo tipo de organizaciones en la integración, implantación y promoción de comportamientos socialmente responsables, en ella y en su esfera de influencia.

El alcance de la norma identifica las 7 materias fundamentales en las que debería actuar la organización:

- ✓ Participación activa y desarrollo de la comunidad.
- ✓ Derechos humanos.
- ✓ Prácticas laborales.
- ✓ Prácticas operativas justas.
- ✓ Asuntos de consumidores.
- ✓ Medio ambiente.
- ✓ Gestión de la política corporativa

También el alcance de la norma ISO 26000 propone la identificación, el establecimiento de compromisos y la comunicación con los stakeholders.

la ISO 26000 propone indicadores similares a los que establece la TBL y la GRI en el marco de la responsabilidad social empresarial, por tal motivo se le ha considerado en la presente tesis ya que fundamenta la propuesta de mejorar y actuar socialmente responsables en el ámbito de ofrecer los servicios de hospedaje en la ciudad.

1.6. La RSE y el desarrollo sustentable.

La Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1987) en su informe 'Nuestro futuro común' define al desarrollo sustentable como aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

El desarrollo sustentable pretende proteger la calidad de vida de la población del planeta, conservar y mejorar el medio ambiente para generaciones futuras. No existen parámetros específicos a seguir por parte de las empresas sobre el modelo de desarrollo sustentable. Sin embargo, existen, por ejemplo, el Protocolo de Kyoto, de lucha contra el cambio climático; el Catálogo RAMSAR, para proteger los humedales más importantes; el Protocolo de Montreal, de lucha contra la destrucción de la capa de ozono, entre otros.

En éste sentido el tema de sustentabilidad queda abierto a que las empresas realicen sus actividades descuidando el tema de la vida de las personas. En la presente investigación se persigue presentar un sistema de gestión con responsabilidad social empresarial que motive a que la organización se concientice a mejorar sus prácticas laborales sin descuidar el tema del medio ambiente. La responsabilidad ambiental es una forma y una oportunidad para discutir, probar y acordar soluciones para preservar el planeta Tierra y por eso está tan ligado al modelo de desarrollo sustentable porque persiguen los mismos fines.

1.7. La RSE y los recursos humanos.

Las empresas tienen una enorme responsabilidad con sus trabajadores por lo que deben procurar el bienestar de ellos y de la comunidad en la que operan. Un buen inicio es brindarles un buen sueldo a los empleados para que realicen el trabajo con satisfacción, dedicación y buen rendimiento.

Por eso, es muy importante que dentro de este tema se incluyan la diversidad y la no discriminación. Discriminación en cuanto a raza, casta, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, pertenencia a un sindicato o afiliación política.

1.7.1. Seguridad y salud ocupacional.

Todas las iniciativas de responsabilidad social empresarial como el pacto mundial, Global Reporting Initiative, las normas ISO 26000, SA 8000 y la SGE 21 indican que el trabajador tiene el derecho de estar en un medio ambiente adecuado, bajo condiciones trabajo justas, dignas, donde sea posible su participación para mejorar las condiciones de salud y seguridad. Las personas pasan más de un tercio de cada día de trabajo. Por lo tanto, las condiciones de trabajo provocan un efecto importante y directo en la salud y el bienestar de aproximadamente 210 millones de trabajadores de América Latina y el Caribe, así como en sus familias.

A raíz de ello, hoy nadie se cuestiona el hecho de que los accidentes de trabajo son resultado de la interacción de varios factores, entre los cuales están las condiciones de trabajo (ambientales, equipos, herramientas e instalaciones, organización de las tareas, relaciones laborales, etc.) y los factores ligados a la conducta de las personas.

— Factores de riesgo

Las personas pasan un tercio del día en el trabajo, muchas están expuestas a materiales y herramientas que sin un uso adecuado podrían salir lastimados. Se calcula que entre un 50% y un 70% de la fuerza laboral en los países en vías de desarrollo están expuestos a algún tipo de riesgo. Estos pueden ser; físicos como el ruido, la vibración, la radiación, entre otros. También la exposición a químicos.

Es muy común que en las florícolas las personas estén expuestas a un sin número de químicos y disolventes que pueden llevar a la persona a generar hasta un cáncer. Es importante que los médicos ocupacionales sean muy conscientes de qué enfermedades se pueden generar por causa del trabajo para que sepan cómo enfrentarlas y de qué manera ayudar a la compañía para que no vuelva a suceder.

— Prevención de riesgos laborales

Una manera de prevenir los riesgos laborales es otorgar capacitación a los profesionales de la salud para que reconozcan las lesiones ocupacionales y, en particular, las enfermedades ocupacionales.

Cuando trabajadores, gerentes, profesionales de la salud y reguladores están mejor capacitados tienden a generar mejores sistemas de notificación, lo cual a la vez proporciona los insumos más apropiados para mejorar aún más la calidad de la capacitación e instrucción.

1.7.2. Remuneraciones y protección social.

Los salarios mínimos que deberían representar el 40% de un salario promedio es muy variable en un país y otro. Representan protección social al trabajador y, por eso, muchos países del mundo aplican el método de un salario mínimo. Además, todo trabajador debe estar afiliado al sistema de seguridad social de pensión de su país para que luego cuando haya dejado de trabajar reciba un sueldo que le ayude a vivir el resto de tiempo en el que esté como jubilado.

También, el empleador debe estar consciente de todos los beneficios que debe brindar a su empleado: vacaciones, ayuda por transporte, vestimenta, calzado, respeto a las horas establecidas de trabajo, entre otros.

— **Derechos del trabajador**

Si bien es cierto la RSE es voluntaria, pero, para que las relaciones trabajador-empleador se cumplan es necesario que no se salga de la ley:

Art. 4.- Irrenunciabilidad de derechos.- Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

Art. 55.- Remuneración por horas suplementarias y extraordinarias

Art. 65.- Días de descanso obligatorio.- Además de los sábados y domingos, son días de descanso obligatorio los siguientes: 1 de enero, viernes santo, 1 y 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2 y 3 de noviembre y 25 de diciembre.

Art. 69.- Vacaciones anuales.- Todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos los días no laborables. Los trabajadores que hubieren prestado servicios por más de cinco años en la misma empresa o al mismo empleador, tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración correspondiente a los días excedentes.

Art. 97.-Participación de trabajadores en utilidades de la empresa.- El empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas. Este porcentaje se distribuirá así:

El diez por ciento (10%) se dividirá para los trabajadores de la empresa, sin consideración a las remuneraciones recibidas por cada uno de ellos durante el año correspondiente al reparto y será entregado directamente al trabajador.

El cinco por ciento (5%) restante será entregado directamente a los trabajadores de la empresa, en proporción a sus cargas familiares, entendiéndose por éstas al cónyuge o conviviente en unión de hecho, los hijos menores de dieciocho años y los hijos minusválidos de cualquier edad.

Art. 111.- Derecho a la decimatercera remuneración o bono navideño.- Los trabajadores tienen derecho a que sus empleadores les paguen, hasta el veinticuatro de diciembre de

cada año, una remuneración equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año calendario.

Art. 113.-Derecho a la decimocuarta remuneración.- Los trabajadores percibirán, además, sin perjuicio de todas las remuneraciones a las que actualmente tienen derecho, una bonificación anual equivalente a una remuneración básica mínima unificada para los trabajadores en general y una remuneración básica mínima unificada de los trabajadores del servicio doméstico, respectivamente, vigentes a la fecha de pago, que será pagada hasta el 15 de marzo en las regiones de la Costa e Insular, y hasta el 15 de agosto en las regiones de la Sierra y Amazónica. Para el pago de esta bonificación se observará el régimen escolar adoptado en cada una de las circunscripciones territoriales.

Art. 185.- Bonificaciones por desahucio.- En los casos de terminación de la relación laboral por desahucio solicitado por el empleador o por el trabajador, el empleador bonificará al trabajador con el veinticinco por ciento del equivalente a la última remuneración mensual por cada uno de los años de servicio prestados a la misma empresa o empleador.

Art. 188.- Indemnización por despido intempestivo.- El empleador que despidiere intempestivamente al trabajador, será condenado a indemnizarlo, de conformidad con el tiempo de servicio y según la siguiente escala:

Hasta tres años de servicio, con el valor correspondiente a tres meses de remuneración; y,

De más de tres años, con el valor equivalente a un mes de remuneración por cada año de servicio, sin que en ningún caso ese valor exceda de veinte y cinco meses de remuneración.

Art. 196.- Derecho al fondo de reserva.- Todo trabajador que preste servicios por más de un año tiene derecho a que el empleador le abone una suma equivalente a un mes de sueldo o salario por cada año completo posterior al primero de sus servicios. Estas sumas constituirán su fondo de reserva o trabajo capitalizado.

El trabajador no perderá este derecho por ningún motivo.

1.8. La RSE y los grupos de interés

Freeman, (1984) filósofo americano y profesor de administración de negocios en la Universidad de Virginia, definió el término stakeholder, que se traduce como grupo de interés y lo define como “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa” (p. 24).

Entre las ventajas y desventajas del modelo dialógico de grupos de interés se observa lo siguiente:

1. Ofrecer una herramienta útil para tomar decisiones, identificar conflictos y reducir los costos de coordinación internos y externos. Todos tienen conocimiento y así pueden evitar o prevenir conflictos.
2. Saber cuáles son los intereses y valores para favorecer el diálogo entre los grupos de interés para la resolución de conflictos.
3. Aportar un elemento clave para la buena imagen de la empresa ante los grupos de interés.
4. Resaltar a la empresa para que se diferencie dentro del mercado, el Estado y la sociedad civil.
5. Implementar la innovación, la creatividad y la competitividad de la empresa. Así se deriva más conocimiento de los grupos de interés y sus deseos, necesidades e ideas.

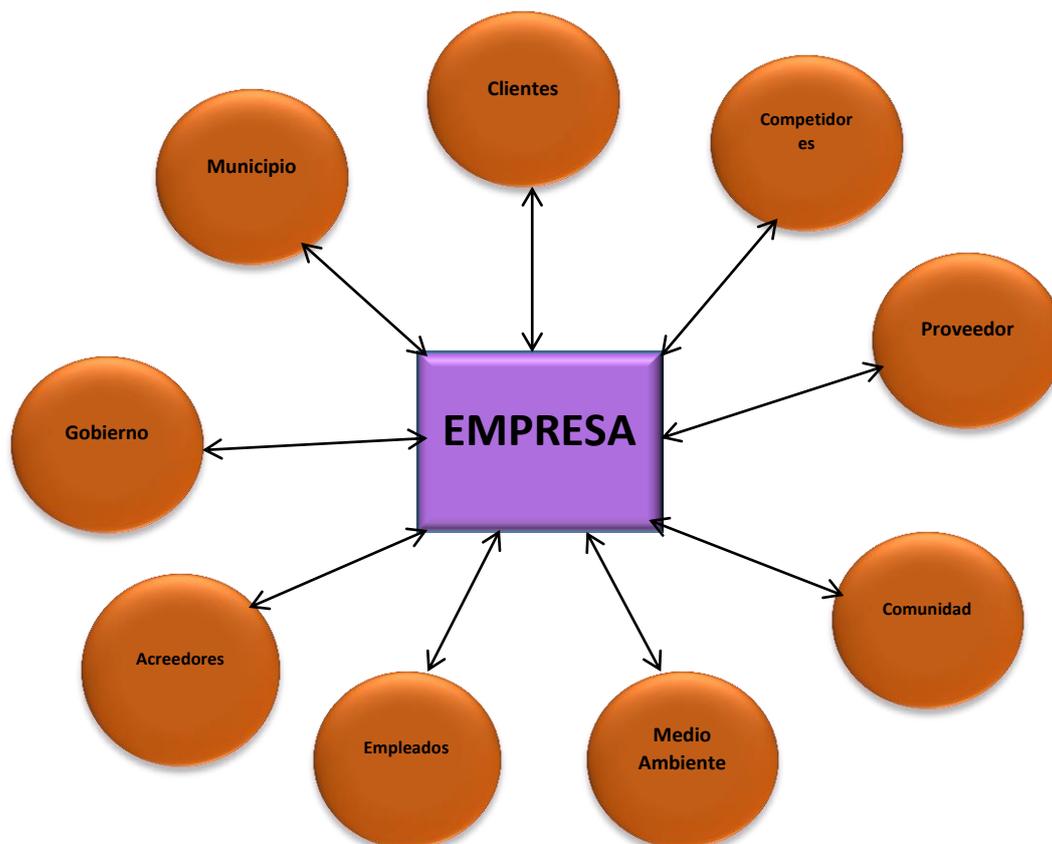


Figura 4: Los grupos de interés y la empresa

Fuente: Barrera, E., García de la Torre, C., Lozano, J., Raufflet, E., "Responsabilidad Social Empresarial" primera edición, Pearson, México, 2012.

Elaborado por: El Autor

Dentro de las desventajas se señala como principal el tiempo que tendrá que invertir la empresa para gestionar la RSE. Tomando en cuenta que tanto los empleados como los dueños de la firma están conscientes de este proceso y que además por medio del diálogo, aunque lento, llegarán a buenos resultados. Se genera una interrelación de la empresa con los grupos de interés e interactúan provocando reacción en ambas partes, todo dependerá de la forma en que se lleven los intereses de empresarios y stakeholders.

CAPITULO II
INVESTIGACIÓN DE CAMPO

2. Investigación de campo y diagnóstico situacional de la empresa

2.1. Metodología de la investigación.

2.1.1. Tipo de investigación.

El presente trabajo de tesis se asienta en un tipo de investigación descriptivo puesto que realiza un análisis estadístico que evalúa o describe a la población objeto de estudio a partir de una muestra.

2.1.2. Diseño de la investigación.

Para desarrollar la presente investigación se ha determinado la información por fuentes primarias o directas y secundarias o indirectas.

— Fuentes Primarias

Se ha tomado como base de investigación el cuestionario de preguntas previamente elaboradas para luego aplicar a la población a través de encuestas. También se ha realizado la observación directa es decir se ha visitado y observado todas las instalaciones del hostel.

— Fuentes Secundarias

Se tiene varias fuentes de investigación como es la cámara de turismo, el ministerio de turismo, asociación hotelera del Azuay, páginas web del INEC y cámaras de turismo del Azuay. También se cuenta con información de periódicos digitales como el mercurio y el Tiempo de Cuenca.

— Población de estudio

Según la Fundación Municipal Turismo para Cuenca en estos últimos años se ha incrementado notablemente la afluencia de turistas que pasan de 300000, por tal motivo se aplica la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{(N - 1) * e^2 + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{300000 * 1,96^2 * 0,90 * 0,10}{(300000 - 1) * (0,05)^2 + (1,96^2 * 0,90 * 0,10)}$$

$$n = 138,24$$

Se toma 138 muestras como base para la investigación.

n = Número de muestras

N = Población

p = Eventos favorables igual a 90%

q = Eventos desfavorables igual a 10%

e = Error del 5%

z = Coeficiente de 1,96 para un nivel de Confianza de 95%

2.1.3. Recolección de la información

2.1.3.1. Cuestionario.

Se ha realizado un conjunto de 12 preguntas elaboradas estratégicamente pensando en esclarecer la situación de la empresa en cuanto a infraestructura, servicios, personal y otros aportes importantes que permitan conocer los aspectos positivos y negativos de la organización. Cabe recalcar que el cuestionario ha sido dirigido a los turistas o clientes de la empresa.

Para ello se ha tomado en consideración realizar preguntas cerradas que sean claras y comprensivas para que el usuario pueda contestar sin ninguna dificultad y sin errores.

2.1.3.2. Encuesta.

El formulario de encuesta se encuentra al final en anexos I. El objetivo de realizar las encuestas al cliente – turista es para conocer el grado de satisfacción que tienen respecto al servicio prestado por la empresa y de esa manera ayudar con la propuesta de un sistema de gestión en base a la responsabilidad social empresarial.

2.1.4. Presentación y análisis de los resultados.

La primera pregunta fue realizada para conocer el número de hostales que conocen las personas en la Ciudad y determinar en la siguiente pregunta (pregunta 2) cuales son los de mayor y menor preferencia. Vemos en el cuadro 1 que el 16% conoce al menos una hostel, el 23% conoce dos hostales, el 33% conoce tres y el 28% más de tres hostales.

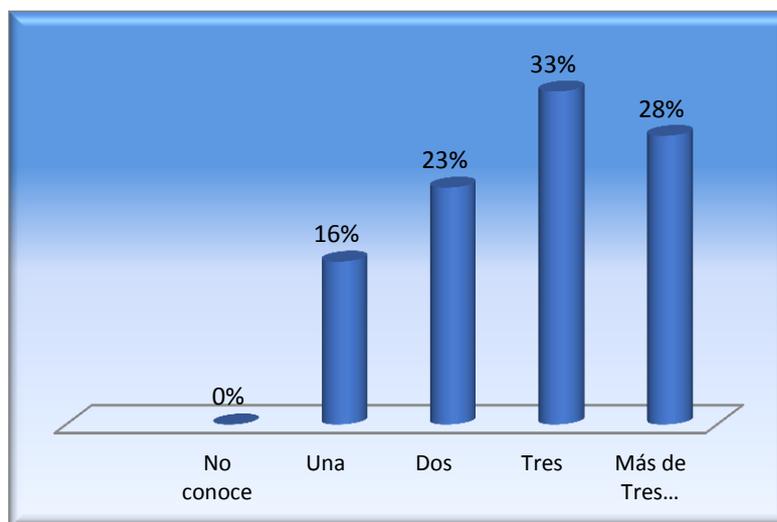


Figura 5: Algunos hostales que conocen las personas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

En la figura 5 nos indica que no existen personas que desconozcan de la existencia de hostales en la ciudad de Cuenca. Esta información es muy importante puesto que a través de los encuestados se tiene una relación de conocimiento sobre la veracidad en las respuestas que obtengamos y que sean con un mínimo margen de error, lo cual garantiza que la información que obtengamos de las encuestas sean lo más apegadas a la realidad.

Así mismo, las encuestas fueron realizadas en distintos sectores de la ciudad como es en el lugar mismo del Hostal es decir a clientes y turistas, en los alrededores de la ubicación del hostel, también en el centro histórico así como en los sectores aledaños a la zona urbana y en la zona rural.

No hay que olvidar que las encuestas fueron aplicadas también fuera de la ciudad con el propósito de tener una información real de la empresa.

Conocer el grado de preferencia por parte de los clientes es clave para conocer a la competencia y mejorar el grado de satisfacción de los turistas. Vemos en la figura 6 que el hostel la Castellana tiene un 25% de preferencia frente al resto de hostales que existen en Cuenca, como podemos observar hay bastante competencia como indica el cuadro un 25% el hostel Colonial, el 18% es para Santa Mónica, el 9% prefiere el hostel Río Piedra y para el resto de hostales menos del 9%.

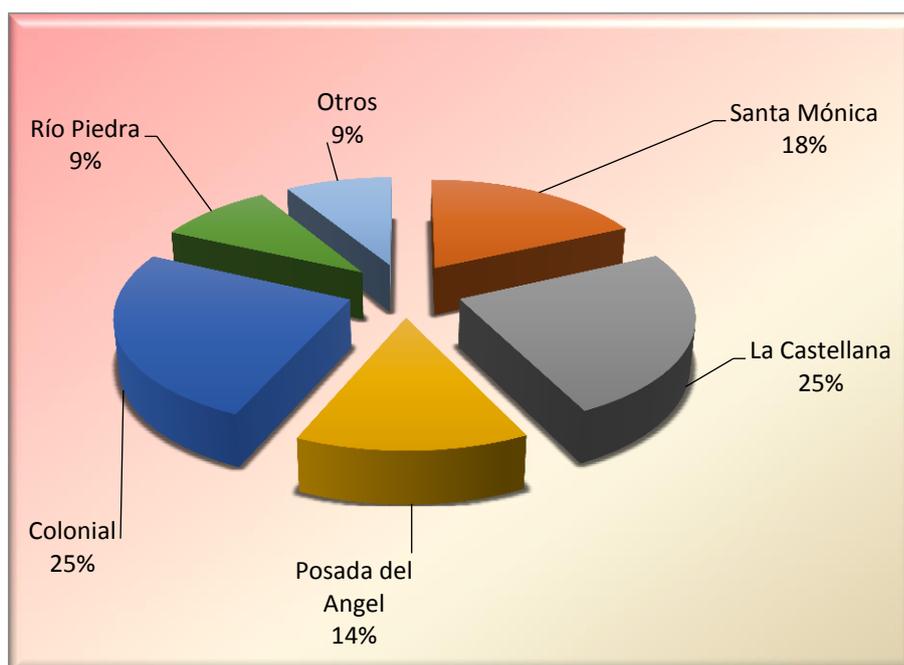


Figura 6: Preferencias de los hostales

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Hay que destacar que todos los hostales tratan cada día de mejorar sus servicios y procesos internos para atraer cada vez más a los clientes, es por ello, que se debe considerar a todas las entidades que ofrecen similares servicios que la Castellana ya que se convierten en una verdadera amenaza para la empresa en el mercado de servicios de hospedaje.

La Castellana al ser un hostel preferido por turistas extranjeros tiene la obligación de mejorar cada vez más sus servicios con el propósito de ser atractivo y sobretodo satisfacer las necesidades de sus huéspedes. Esta pregunta ha sido realizada con el propósito de encontrar las debilidades en la entrega del servicio prestado por los distintos departamentos. Vemos según la figura 7 que la mayor debilidad está en la atención al cliente 25%, lo cual

nos da a entender que el personal de manera urgente necesita capacitación que les permita mejorar sus procesos de atención a los huéspedes.

Sin embargo, hay que pensar que no solamente la atención es una falencia fuerte sino que también el servicio de recepción 19% necesita mejorar su trabajo al igual que los servicios que presta cafetería, limpieza y los camareros ya que a pesar de ser en menor grado contribuyen a que el servicio en general no sea tan efectivo para los huéspedes.



Figura 7: Posibles servicios a mejorar

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

La información sobre la existencia de señalización en la hostel no es simplemente un asunto para cumplir con los permisos de funcionamiento, es más que eso, es educar e informar al cliente y personal sobre el uso de las instalaciones para garantizar y salvaguardar su integridad física, social y psicológica cumpliendo con las normativas de seguridad, salud e higiene ocupacional.

Según la figura 8 indica que el 37% de personas perciben que la hostel tiene muy poca señalización, el 17% dicen que no hay señalización y el 21% si existe. Esta información nos da a entender que se debe mejorar la señalización sobre: información, peligro, prohibido, etc., con la finalidad de evitar accidentes ya sean laborales con el mismo personal de la empresa así como con los clientes que utilizan las instalaciones del hostel.

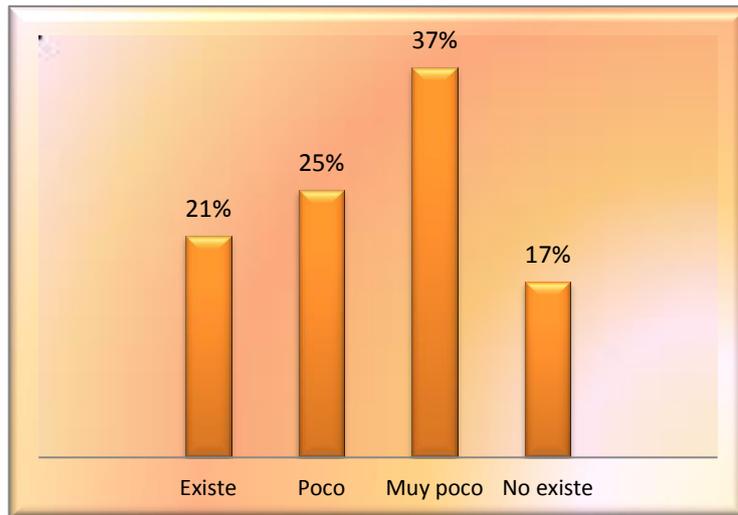


Figura 8: Señalización del local

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Cabe indicar que lo ideal es que no existan accidentes laborales pero para evitar esto se debe comenzar con una campaña de capacitación y comunicación interna.

La infraestructura del hostel es remodelada sin embargo según la figura 9 vemos que el 71% de personas consideran que hay que mejorar y sobretodo garantizar la seguridad ocupacional por riesgos ya sea laborales o naturales en caso de incendio, terremoto, etc., el cual responde a considerar una evacuación rápida del personal y clientes que se encuentra dentro de las instalaciones.

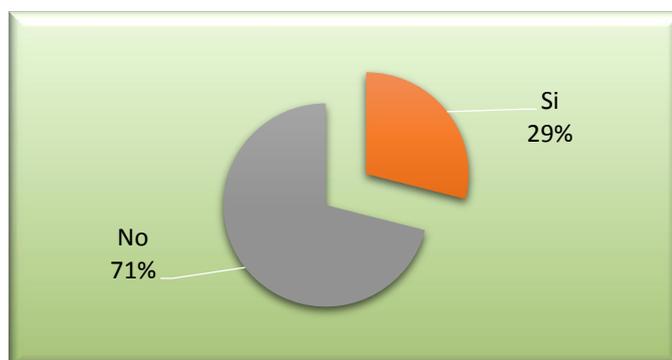


Figura 9: Diseño de la infraestructura

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Hay que pensar de que no solamente una salida de emergencia es importante en la hostel, sino también un adecuado diseño de la infraestructura que garantice el manejo de solventes y líquidos nocivos y peligrosos para la salud, así como también la ubicación adecuada de extintores, mangueras de agua y ubicación de cilindros de gas como de calefones, los cuales deben tener salida al aire libre para evitar la acumulación de gases que pueden traer posibles casos de incendio.

La figura 10 nos muestra que el 43% de personas dicen conocer que la hostel emplea poca publicidad, el 7% dicen que hay bastante publicidad, el 18% de personas dicen que la publicidad empleada es normal y el 31% saben que hay muy poco empleo de publicidad por parte de la empresa.

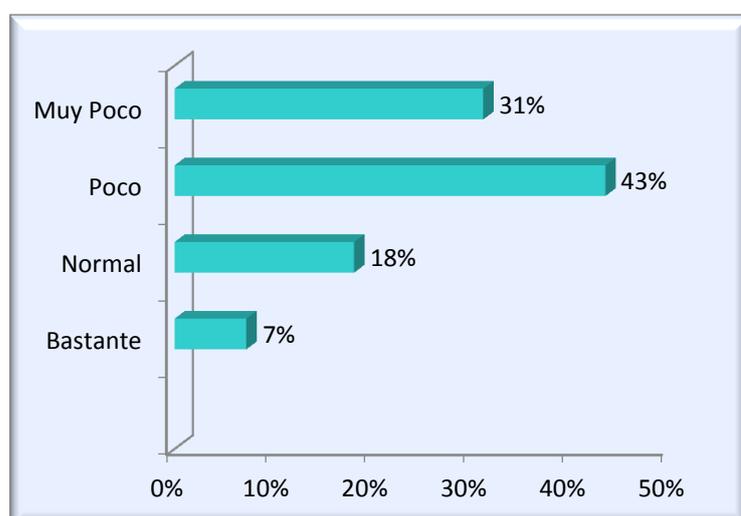


Figura 10: Publicidad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Si bien es cierto, la publicidad es un factor importante para darse a conocer en el mercado del hospedaje en la ciudad, con el escaso empleo de propaganda difícilmente la hostel llegaría a lugares fuera de la ciudad por lo que resulta importante emplear diferentes medios para dar a conocer las bondades que ofrece la hostel. Para ello se puede emplear diferentes medios como es la radio con cuñas publicitarias en horarios diferidos y estratégicos, hojas volantes, promociones, redes sociales y potenciar la página web institucional.

Mantener una excelente calidad en la prestación de servicios resulta clave a la hora de pensar en la plena satisfacción de los clientes y porque no en la supervivencia de la

empresa, por tal motivo, no hay que descuidar este pensamiento: cuando el cliente está satisfecho, regresa.

Tenemos que pensar en actuar y ser socialmente responsables cuando vendemos el servicio pues el cliente percibe el trato que recibe y decide regresar o no. La figura 11 deja ver que el 41% de personas dicen recibir un trato muy bueno en el servicio, el 25% presentan un grado de satisfacción en la calidad del servicio bueno, apenas el 16% dicen recibir un excelente servicio y el 18% presentan su grado de inconformidad en la calidad de servicio que reciben.

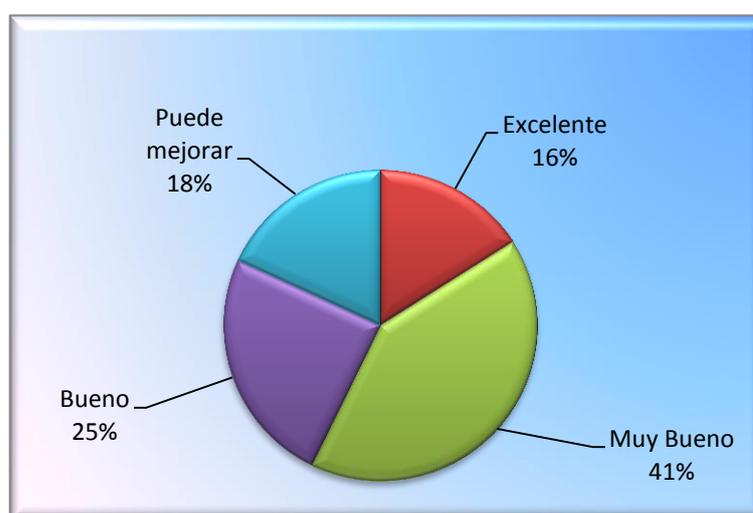


Figura 11: Calidad en el servicio

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Lo ideal sería que el 100% de huéspedes queden satisfechos por los servicios recibidos por parte de la hostal pero vemos que no es así, por lo tanto, de manera urgente hay que emplear sistemas de gestión que permitan mejorar el servicio en todos los departamentos.

Mejorar el sistema de gestión para ofrecer adecuados servicios resulta una prioridad cuando la figura 12 nos indica que el 45% de personas reciben demoras en el servicio desde cualquier departamento, es decir, que hay retrasos en la entrega del servicio ya sea de cafetería, recepción, atención al cliente, limpieza o camareros.

A pesar de que el 55% de personas dicen no haber recibido algún retraso en la entrega del servicio, vemos que casi la mitad de clientes tiene alguna queja de cualquier departamento por mala atención. Tenemos que actuar y ser socialmente responsables en la entrega del

servicio a los huéspedes para lo cual la empresa tendrá que realizar mejoras en su sistema de gestión con miras a reducir el índice de quejas por parte de los clientes.



Figura 12: Demoras en el servicio

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Recordemos que la mala atención también se refleja por el grado de conocimiento y motivación del personal, es decir, que la empresa debe garantizar que el empleado esté apto para desempeñar su cargo en cuanto al nivel de competencias y preparación que exige el perfil del puesto.

Una de las habitaciones más utilizadas en la hostal tal como indica la figura 13 es la habitación sencilla con un 32% de preferencia, pero también vemos que la hostal recibe a grupos de huéspedes quienes dicen tener un grado de preferencia para las habitaciones dobles del 26%, para las triples del 20% y para grupos de huéspedes grandes prefieren las cuádruples con el 22% de preferencia.

Hay que pensar en la prestación socialmente responsable para garantizar la satisfacción plena del cliente y tratar de cumplir con lo que la comunidad exige, o sea, brindar habitaciones de proporciones que sean adecuadas a las necesidades de las personas garantizando confort y descanso adecuado a los huéspedes.

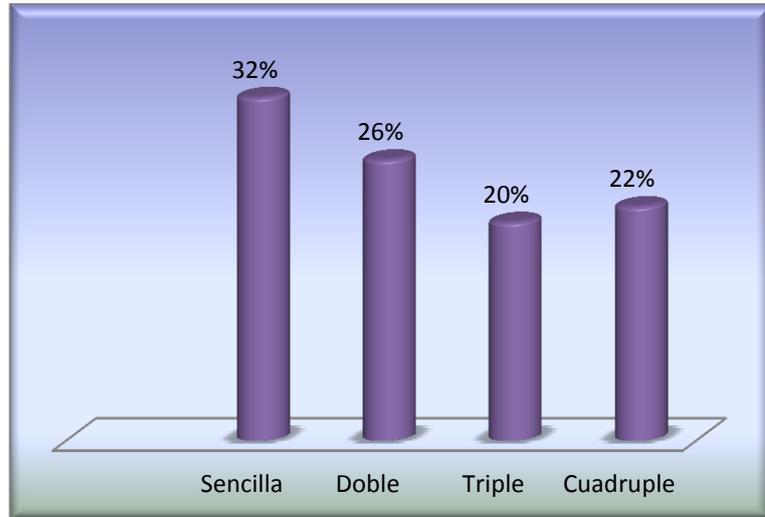


Figura 13: Preferencia de habitaciones

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

La figura 14 ilustra el 71% de aceptación por parte de las personas a cerca de la ubicación de la hostel. Se puede decir que los huéspedes se encuentran a gusto en su mayoría y disfrutan de la tranquilidad y hospitalidad tanto del hostel como del sector en dónde se encuentra ubicada la empresa.



Figura 14: Ubicación

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

La hostel se encuentra ubicada en la zona urbana específicamente en el centro histórico de la ciudad. Una de las ventajas que tienen sus clientes es el hecho de que se pueden encontrar los servicios que ellos requieren con mucha facilidad, como son tiendas, centros comerciales, la catedral junto con el parque central, a pocos metros están diferentes líneas de buses, hay museos y restaurantes, en fin, los turistas pueden tenerlo todo solamente con caminar pocos metros.

Quizá resulte muy ventajoso gozar y encontrar todos los servicios que un turista puede pedir sin embargo, hay que pensar también en el ruido y contaminación externa provocada por los vehículos, el smog y las bocinas.

La capacitación se vuelve fundamental al momento de pensar en un proceso de gestión que permita un adecuado crecimiento profesional y humano en todo el personal. En la figura 15 nos muestra que el 51% de las personas dicen que todo el personal necesita capacitación para mejorar su gestión en el puesto al que corresponde.

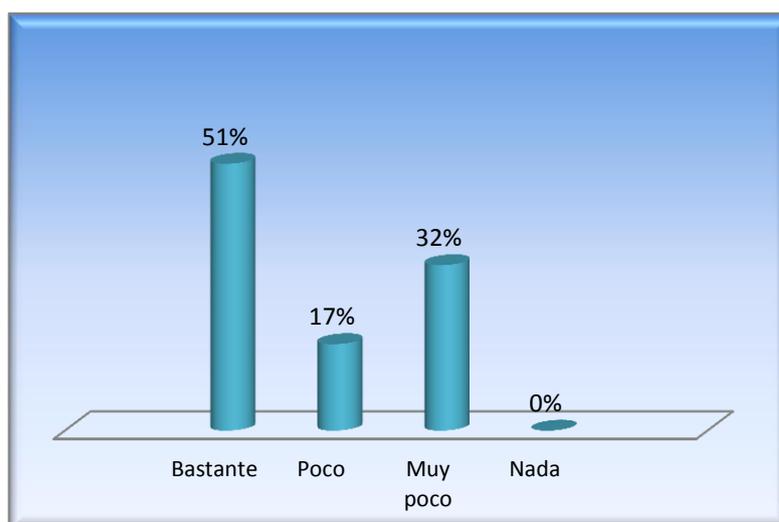


Figura 15: Capacitación del personal

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Recordemos que las encuestas fueron aplicadas a los turistas que llegarían a ser los clientes de la empresa. El 17% de personas dicen que necesitan poca capacitación y el 32% dicen que los empleados necesitan muy poca capacitación.

Un dato interesante que llama la atención es que ninguna persona mencionó que el personal no necesita capacitación, esto nos lleva a la reflexión de que todos los clientes de la hostel

consideran que el personal debería capacitarse para mejorar los servicios que entregan desde los diferentes departamentos.

La figura 16 ilustra las áreas en que el personal necesitaría capacitarse vemos que el 18% de la población indica que los empleados necesitan capacitación en relaciones humanas, el 14% dicen que requieren conocer sobre atención al cliente, el 11% de la población dicen que necesitan saber sobre finanzas, el 12% sobre comunicación organizacional, el 17% dicen que requieren conocimientos en tecnologías informáticas y el 21% de la población indican que los empleados deben conocer sobre seguridad laboral.

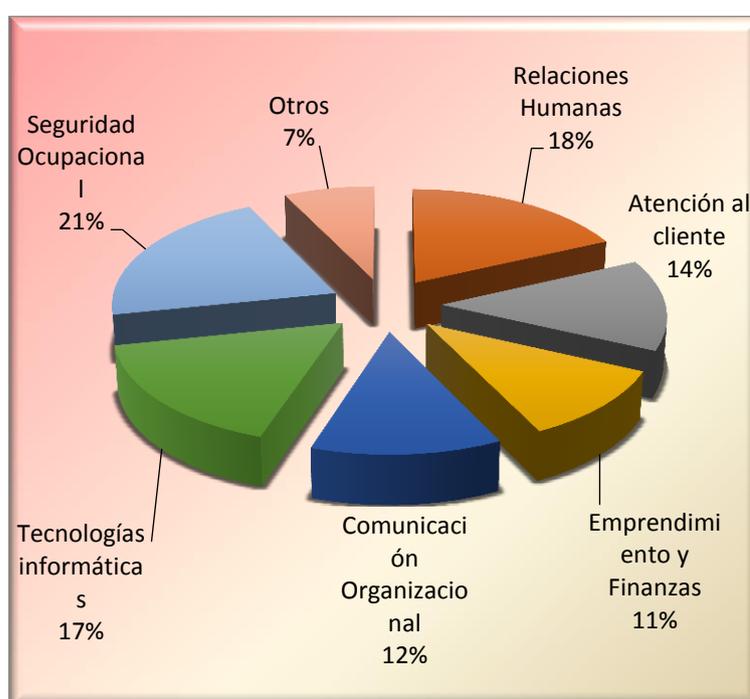


Figura 16: Área de capacitación

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Quizá una de las grandes falencias es el desconocimiento en materia de seguridad laboral y riesgos en el trabajo, claro al ser una empresa de servicios hoteleros no significa que despreciemos saber sobre el tema.

Más bien, es muy importante que todo el personal y huéspedes deben conocer cómo actuar en caso de un siniestro provocado por causas naturales como es temblores, terremotos o quizá puede ser incendios.

2.1.5. Aplicación de un modelo básico de encuestas para comprobar la gestión de RSE en la empresa.

Representantes ejecutivos de la Corporación Ekos proponen en su texto de empresas con responsabilidad social corporativa (Dueñas, 2011, p. 16 – 19) un proceso básico de encuesta que puede ser realizado dentro de la empresa y a personas externas a la misma.

Para la realización de la encuesta se ha escogido a una persona por cada grupo de interés, como lo detalla el cuadro a continuación:

Tabla 1. Grupos de interés de la empresa

N°	GRUPOS DE INTERES DE LA EMPRESA
1	Personal que trabaja en la organización.
1	Empleado
1	Proveedores
1	Clientes
1	Accionistas
1	Un miembro del directorio
1	Delegado de la comunidad
1	Medio ambiente

Fuente: Dueñas, R., Morillo, M., Yépez, I. (2011). *Empresas con Responsabilidad Corporativa*. Editorial: Ediecuatorial. Quito. Ecuador.

Elaborado por: El Autor

— Cuestionario 1

El cuestionario va dirigido a los grupos de interés expuestos en la tabla 1. Para la realización del siguiente cuestionario de preguntas, a cada uno de los ítems se califica de la siguiente manera:

Pésimo Malo Regular Bueno Excelente

Tabla 2. Primer cuestionario de preguntas para determinar el grado de RS

PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS RESPECTO A LA RSE BASICA DE LA EMPRESA
Ambito / Aspecto
<p>Trato al personal</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Las personas que trabajan en la organización se sienten bien tratadas? • ¿Cuál es su conocimiento e información acerca de la Visión, Misión, Valores Institucionales? • ¿Tiene conocimiento de alguna política en relación a la Responsabilidad Social de la empresa, y/o de Calidad, y/o Medio Ambiente y/o de Salud y Seguridad Ocupacional? • ¿Las personas que laboran en la institución prefieren quedarse sirviendo a esa empresa en vez de buscar otro trabajo o... no se van por la falta de trabajo fuera de la empresa? • ¿La empresa está al día en sus pagos a sus trabajadores, al igual que IESS, impuestos, etc.? • ¿Conoce el personal cómo fueron obtenidas las utilidades, también en el caso de que no se las haya logrado?
<p>Pagos a terceros</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo establece la situación de pagos (justos) a proveedores y contratistas: se aprovecha de ellos o se han acordado relaciones mutuamente beneficiosas? • ¿Cumple la organización –puntualmente- con los compromisos adquiridos: paga a tiempo, no se les exige ser proveedores exclusivos para la empresa o pena de dejar de comprarles?
<p>Producto, bien o servicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Lo que se dice en la publicidad, o en la venta del producto bien o servicio, es consecuente con la realidad?

- ¿En qué nivel se puede demostrar que lo que están publicitando tiene evidencias certeras; mediciones, registros, comprobaciones, etc.?
- ¿Se sabe, a cabalidad, qué hacer si se diera la circunstancia de tener que efectuar un reclamo?
- ¿Está debidamente justificado el precio al que venden ese producto, bien o servicio?

Liderazgo

- ¿Se practica un liderazgo positivo, participativo, próximo al personal, a los clientes y a los proveedores?
- ¿Existe una gerencia de “puertas abiertas” o es tediosa la tramitología para hablar con las máximas autoridades de la empresa?

Corrupción

- ¿La organización muestra su posición formal, de manera pública y abierta, frente a temas de corrupción?
- ¿Existe un procedimiento, para propios y externos, de cómo proceder frente a un acto que lo consideran corrupto por parte de la empresa?

Medio Ambiente

- ¿La empresa promueve prácticas responsables en temas medio ambientales, por ejemplo, al menos, la aplicación de las “3 R”: reducción, reciclaje y reducción?
- Sin importar su giro de negocio ¿informa, capacita al personal y lo involucra, especialmente, a los de la alta cúpula gerencial en voluntariados respecto a actividades de protección ambiental?
- ¿Controla exhaustivamente los consumos de energía, agua, combustibles, los mantenimientos de vehículos de flota propia, de contratados o de los trabajadores que poseen movilización propia?

Fuente: Dueñas, R., Morillo, M., Yépez, I. (2011). Empresas con Responsabilidad Corporativa. Editorial: Ediecuatorial. Quito. Ecuador.

Elaborado por: Autor

— **Cuestionario 2**

En éste cuestionario a cada ítem hay que calificarlo de la siguiente manera:

Nulo Bajo Mediano Alto

Tabla 3. Segundo cuestionario de preguntas para determinar el grado de RS

COTEJAMIENTO DE LA SITUACIÓN REAL DE LA EMPRESA EN RSE FRENTE A LOS SIETE PRINCIPIOS DE LA NORMA ISO 26000 RSE (Se exponen, entre varios, algunos aspectos a tenerse en cuenta)
<p>1. Rendición de cuentas</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿La organización publica reportes sociales o memorias de sostenibilidad de manera periódica, con la verificación de una auditora internacionalmente reconocida y con la evaluación, por ejemplo, del GRI?• ¿Se difunde dicho reporte a todo nivel, primero, dentro de la organización?• ¿El personal de la organización conoce, a ciencia cierta, de qué se trata ese reporte o memoria?• ¿Se incentiva, de manera fehaciente, para que los grupos de interés de la organización opinen, critiquen y efectúen evaluaciones acerca del contenido de ese reporte?• ¿Se toman acciones sobre esas observaciones efectuadas?• ¿Se evidencian tangible y objetivamente esas acciones?
<p>2. Transparencia</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿La organización revela de forma clara, precisa y completa y en un grado razonable y suficiente la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que es responsable?• ¿Esa información está fácilmente disponible y es directamente accesible y entendible para aquellos que se han visto, o podrían verse impactados de manera significativa por la organización?

- ¿La organización difunde, entre sus grupos de interés, las normas y criterios frente a los cuales la organización evalúa su desempeño en relación con la responsabilidad social?

3. Comportamiento ético

- ¿Hay evidencias tangibles de que la organización fundamenta su comportamiento en los valores de la honestidad, equidad e integridad?
- ¿La organización tiene -de manera formal- identificados y declarados sus valores y principios fundamentales?
- ¿Todo el personal, a todo nivel, conoce y practica esos principios y valores?
- ¿Cómo evidencia la organización ese conocimiento y esa práctica?
- ¿La organización tiene un código de ética?
- ¿En la elaboración de ese código de ética intervinieron, al menos, tres de sus principales grupos de interés? (Por ejemplo: accionistas, personal, proveedores, clientes, organismos de control).

4. Respeto a los intereses de los grupos de interés

- ¿La organización tiene identificados sus principales grupos de interés?
- ¿Existe una metodología para el diálogo con esos grupos de interés?
- ¿Se evalúan las acciones que podrían impactar a sus principales grupos de interés?
- ¿Se manejan registros acerca del avance y progreso de la relación con sus grupos de interés?
- ¿Están periódicamente siendo evaluados esos avances y progreso por la alta dirección de la organización?
- ¿La planificación estratégica de la organización utiliza como uno de sus elementos fundamentales los diálogos con sus grupos de interés?

5. Respeto al principio de legalidad

- ¿La organización cumple con los requisitos legales de todas las jurisdicciones en las que opera, incluso si aquellas leyes y regulaciones no se desempeñan de manera adecuada?
- ¿Tiene alguna metodología para asegurar que sus relaciones y actividades cumplen con el marco legal previsto y aplicable?
- ¿Cómo la organización se mantiene informada de todas sus obligaciones legales?
- ¿Cómo revisa –periódicamente- su grado de cumplimiento respecto de las leyes y regulaciones que son de su aplicación?

6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento

- ¿La organización tiene identificadas situaciones en las que la ley local o su implementación no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales adecuadas?
- ¿Cómo, si existiera ese defecto, la organización se esfuerza por respetar, como mínimo, la normativa internacional de comportamiento?
- ¿De qué manera la organización se preserva de no ser cómplice en las actividades de otra organización vinculada -o no- que no sean coherentes con la normativa internacional de comportamiento?

7. Respeto a los DD.HH.

- ¿En qué departamento, área u oficina se encuentra, de manera física o en otro medio, la declaración universal de los DD.HH.?
- ¿La organización tiene delegada, formalmente, una autoridad que se responsabilice por la difusión, capacitación, estudio y ejercicio de los DD.HH. internamente y en sus grupos de interés, principalmente, entre sus proveedores y clientes?
- ¿Se tiene establecido un claro procedimiento en caso de que alguien relacionado con la organización sienta vulnerados sus DD.HH.?

Fuente: Dueñas, R., Morillo, M., Yépez, I. (2011). Empresas con Responsabilidad Corporativa. Editorial: Ediecuatorial. Quito. Ecuador.

Elaborado por: Autor

2.1.6. Análisis de resultados del cuestionario N°1 de RSE

La percepción de los grupos de interés en cuanto al trato al personal por parte de la empresa lo indica la figura 17, en dónde, la mayoría de personas indican que los pagos al día en tema de remuneraciones y obligaciones como la seguridad social, el tema de impuestos es bueno así como el trato que recibe el personal no es nada mal. En cuanto al conocimiento sobre la identidad institucional es regular el 20% dicen conocer sobre la misión, visión y valores de la empresa y en sobre las políticas de responsabilidad social no conocen mucho así como muy pocos dicen que no buscan otras opciones por que las plazas de empleo en otro lado resulta muy complicado de encontrar.

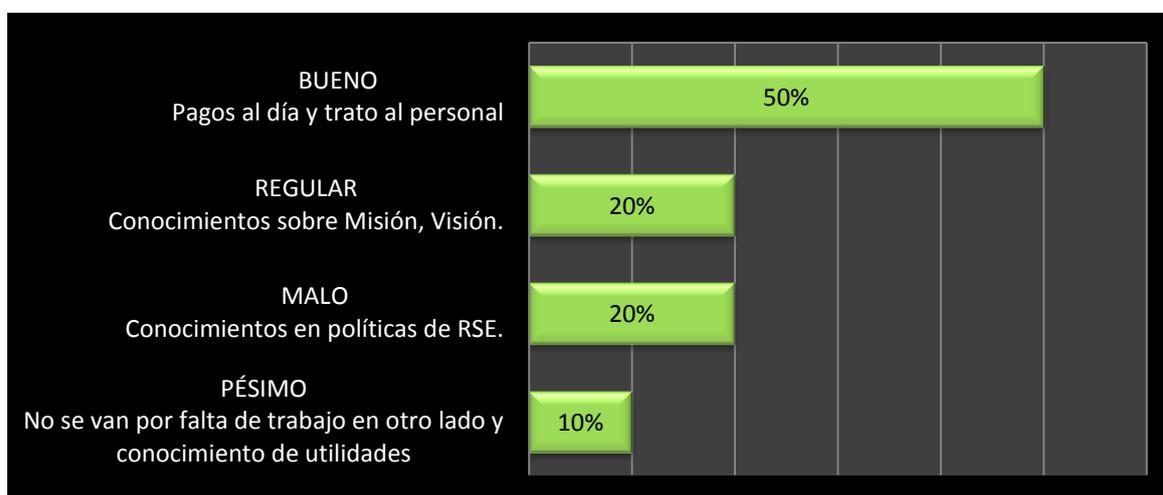


Figura 17: Trato al personal

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Las personas muestran su grado de conocimiento sobre los pagos que la empresa realiza a los proveedores y contratistas sobretodo en cuanto a un previo acuerdo por ambas partes según la figura 18 es un nivel excelente sin embargo lo dice un 30%, mientras que el 70% de personas dice que los compromisos de la organización se cumplen puntualmente con los proveedores con un grado de calificación de bueno.

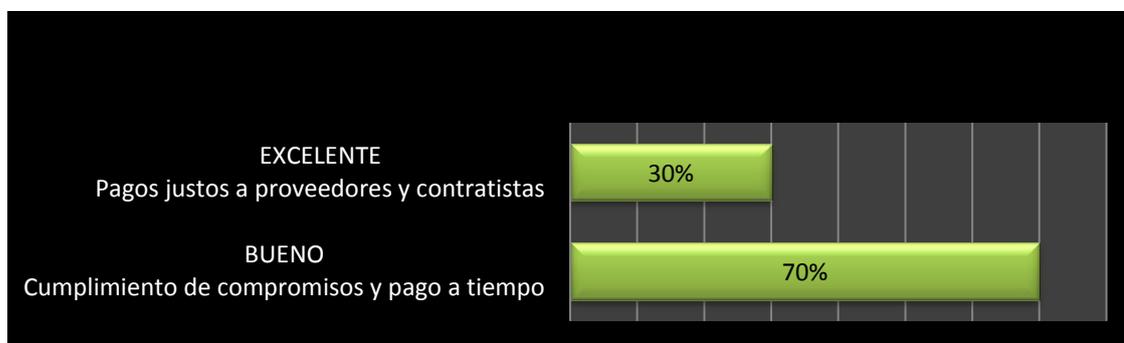


Figura 18: Pagos a terceros

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

El nivel de percepción de los grupos de interés en cuanto al servicio del hostel lo muestra la figura 19, la mayoría de personas dicen que la publicidad del servicio es consecuente con la realidad en un nivel de bueno, estamos hablando del 60% de personas que dicen que la empresa tiene algo de evidencias sobre éste tema. El 20% de personas muestran su grado de conocimiento de regular frente a la manera de actuar en caso de reclamos y el otro 20% califica según sus percepciones con la más baja calificación sobre si está debidamente justificado el precio del servicio.

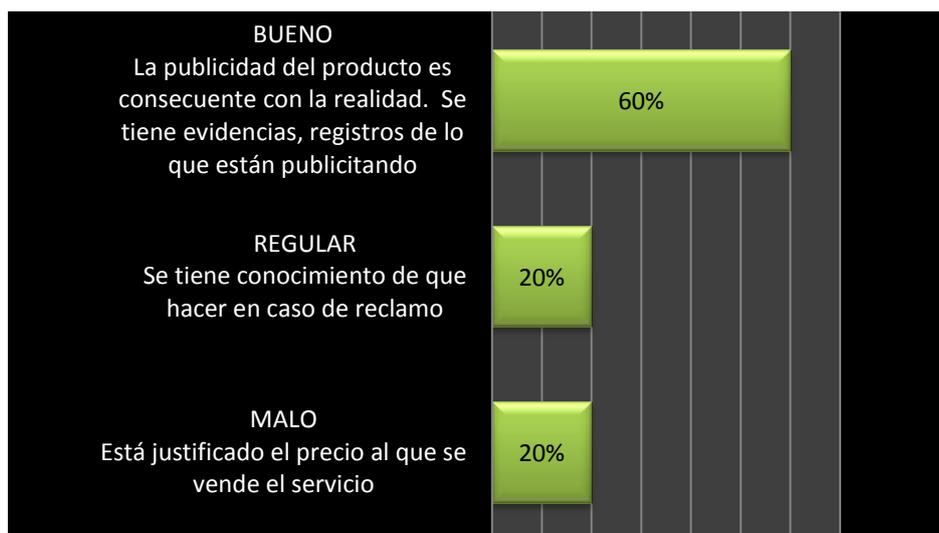


Figura 19: Productos, bien o servicio

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

La figura 20 muestra el nivel de liderazgo por parte de la organización, se observa que no se requiere exagerados trámites para poder dialogar con la alta dirección el 40% de personas califican al proceso para alcanzar a hablar con las autoridades con calificación de bueno, mientras que la mayoría de personas hacen saber su criterio sobre el grado participativo con el personal, clientes y proveedores y califican a éste tipo de liderazgo con una calificación de regular.

De alguna manera se da a entender que estos procesos de liderazgo se pueden mejorar en la organización con todos los grupos de interés.

Es importante mencionar que el liderazgo es fundamental para el cumplimiento de los objetivos organizacionales puesto que conlleva al personal a desenvolverse en un adecuado clima laboral.

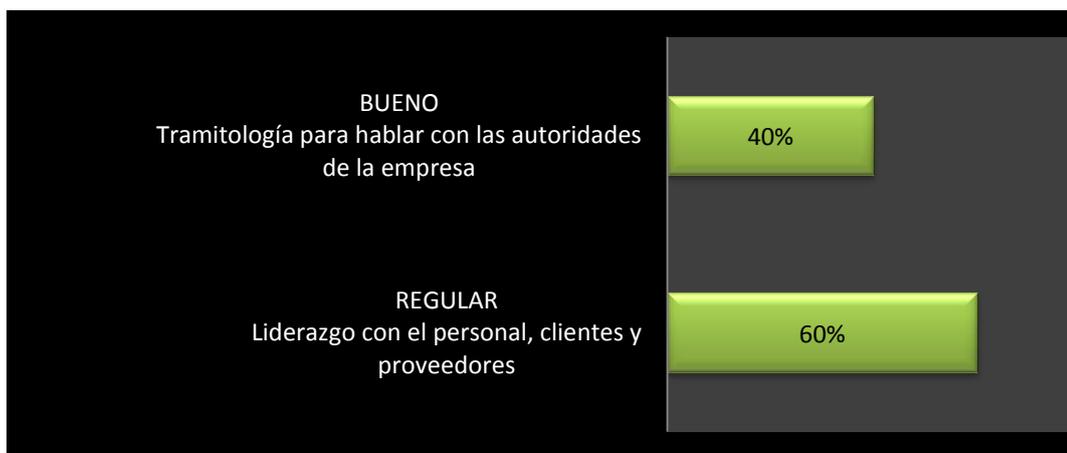


Figura 20: Liderazgo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Respecto al tema de corrupción las personas muestran sus conocimientos según la figura 21 la organización adopta una posición formal y abierta frente a temas de corrupción con un nivel de calificación de bueno, esto se puede entender que todavía se puede mejorar en cuanto a que la empresa puede abrirse de manera pública el tema de corrupción. Así mismo, sobre ésta cuestión de la corrupción la mayoría de personas 60% califican al proceso a seguir frente a un acto de corrupción con un nivel de regular, es decir, se entiende que la empresa quizá no tiene establecido formalmente los procedimientos a seguir en caso de observar algún acto de corrupción en la empresa.

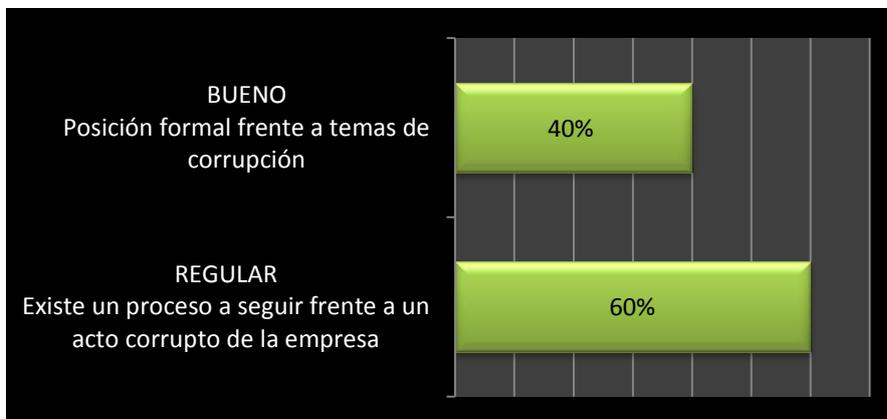


Figura 21: Corrupción

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

En cuanto al medio ambiente se observa en la figura 22 que por parte de las personas el 30% califican de regular el acto de promover por parte de la empresa las prácticas responsables en temas ambientales. El 40% de personas indican que la empresa informa y capacita al personal respecto a las actividades ambientales con una calificación de malo, esto quiere decir que la organización tiene que desarrollar procesos de capacitación al personal en el tema ambiental. En cuanto al control de consumos de energía es pésimo según las personas ya que el 30% mencionan que no se controla el mantenimiento de vehículos del personal.

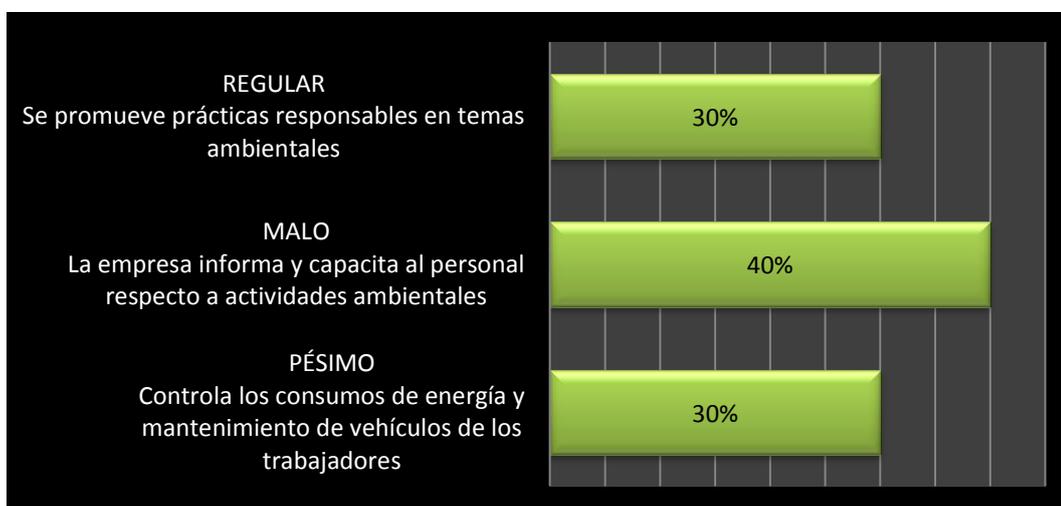


Figura 22: Medio ambiente

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

2.1.7. Análisis del resultados del cuestionario N°2 de RSE

La figura 23 muestra la unanimidad de respuesta en cuanto a la rendición de cuentas por parte de la empresa, como puede verse es nula la publicación de reportes o memorias de responsabilidad y menos aún que sean verificados por un ente internacional o evaluados. Si la empresa no posee memorias de sostenibilidad tampoco se puede difundir dentro de la organización ni pensar que el personal conozca o se tomen acciones sobre los reportes sociales, tampoco se puede evidenciar de forma tangible las acciones.

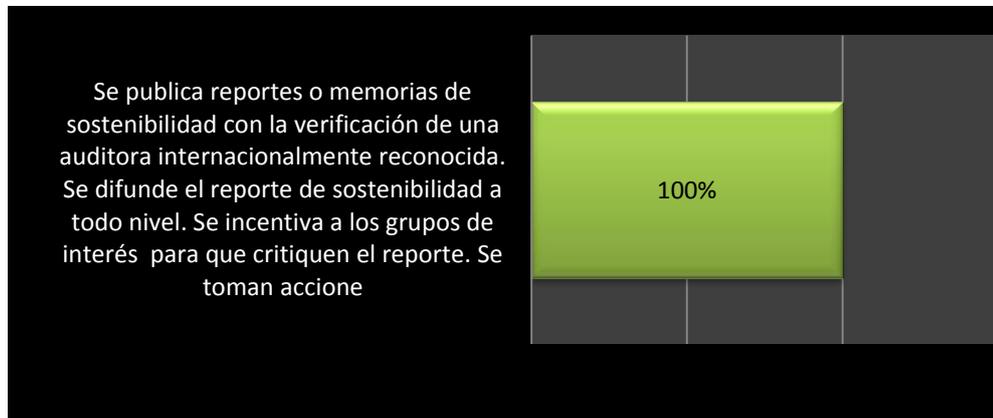


Figura 23: Rendición de cuentas
Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

En cuanto a la transparencia el 30% de personas según la figura 24 indican con una calificación de bajo el hecho de que la organización revela de forma precisa y clara las actividades de la que es responsable.

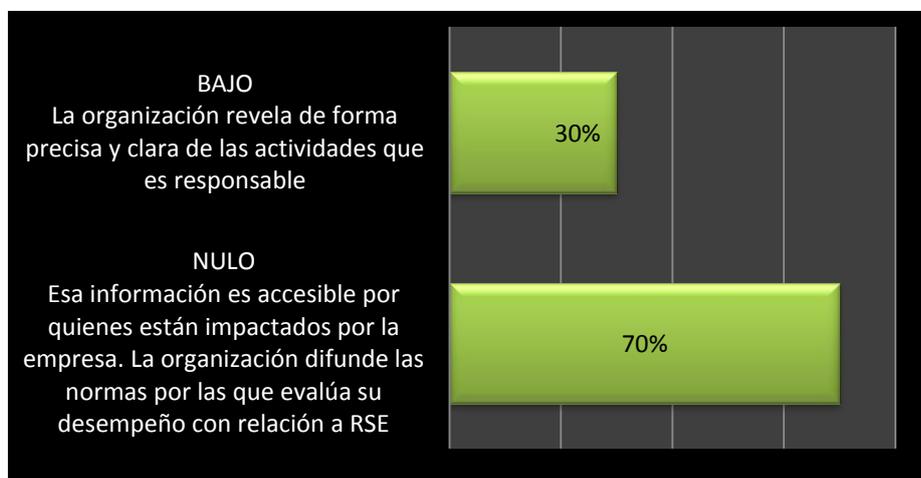


Figura 24: Transparencia

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Así mismo, con calificación de nulo el 70% de personas dicen que no hay información accesible para el personal de la empresa en cuanto a normas de evaluación del desempeño con relación a la responsabilidad social empresarial.

Según la figura 25 se da a conocer el comportamiento ético de la empresa, así el 40% de personas califican como bajo el hecho de tener por parte de la empresa las evidencias suficientes del comportamiento de la organización en valores, honestidad, equidad e integridad así mismo, con la misma calificación los grupos de interés indican que la organización tienen identificados y declarados sus valores y principios por lo que es posible mejorar por parte de la empresa en establecer evidencias en el manejo de la ética. Por otro lado, la mayoría de personas dicen no conocer el código de ética institucional y peor aún evidenciar la práctica de éste código.

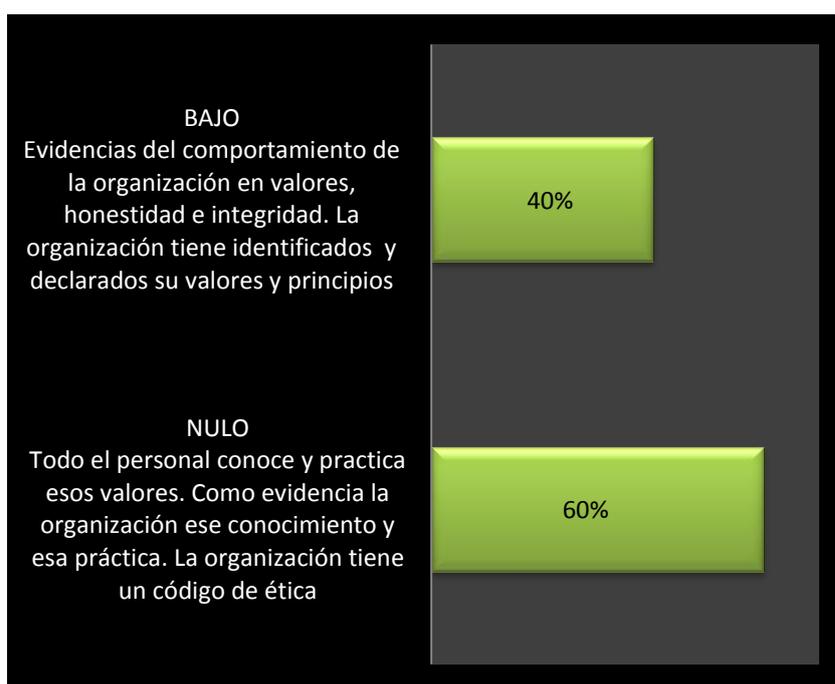


Figura 25: Comportamiento ético

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

En cuanto al respeto a los intereses de los grupos de interés de la empresa la figura 26 da a conocer que el 40% de personas califican con un nivel de bajo el hecho de que la organización tenga identificados a sus grupos de interés y su planificación estratégica tenga el diálogo como elemento fundamental con sus stakeholders. El 60% de personas no

conocen algún método para fomentar el diálogo, evaluar acciones y manejar registros de avance y progreso con relación al grupo de interés.

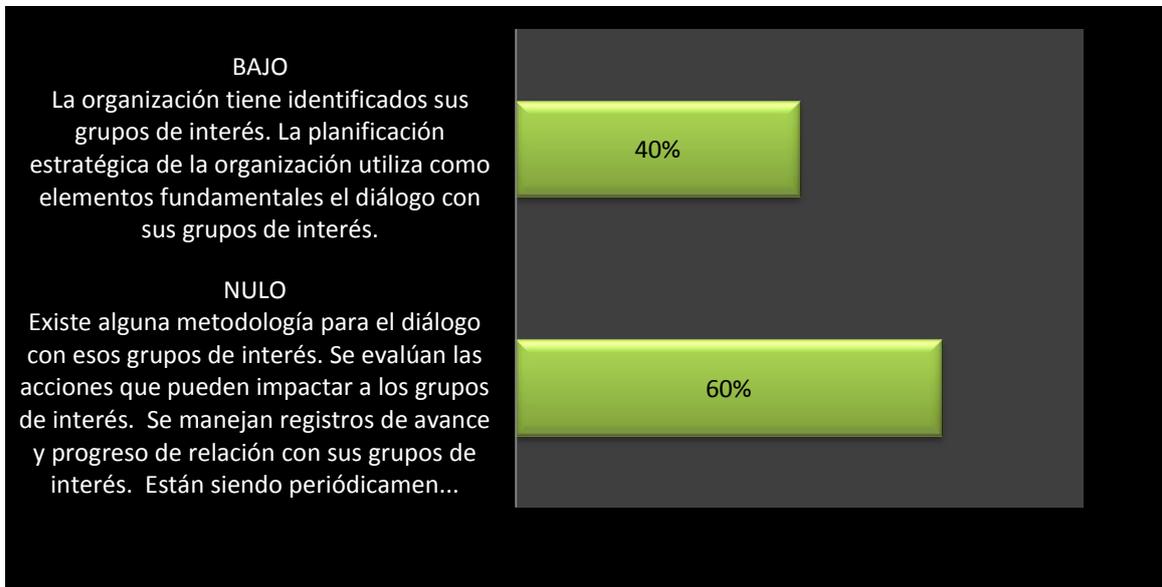


Figura 26: *Respeto a los intereses de los grupos de interés*

Fuente: *Encuesta*

Elaborado por: *El Autor*

El principio de legalidad es respetado por la empresa en cierto nivel, según la figura 27, el 60% de personas califican de mediano el hecho de que la organización cumple con los requisitos legales de todas las jurisdicciones.

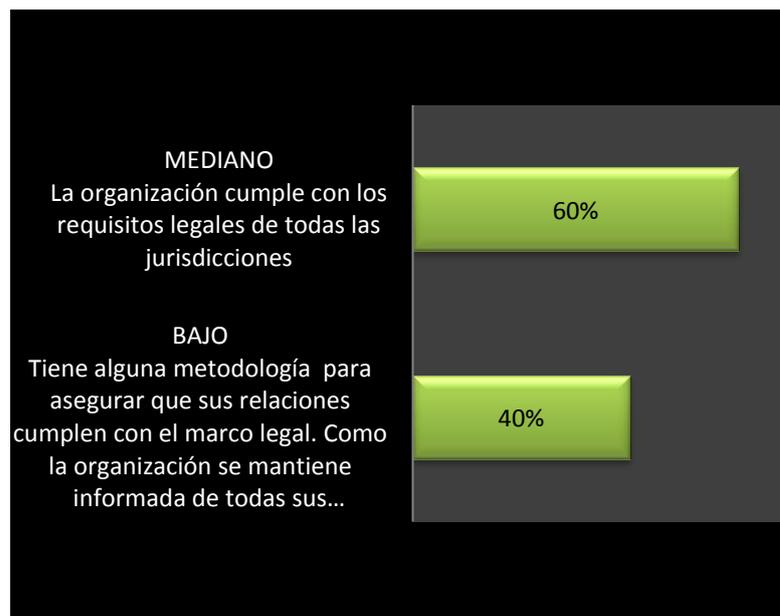


Figura 27: *Respeto al principio de legalidad*

Fuente: *Encuesta*

Elaborado por: *El Autor*

Mientras que el 40% de personas califican de bajo el hecho de que la organización tiene alguna metodología para asegurar que sus relaciones cumplen con el marco legal, así mismo, es bajo el modelo de información de la organización sobre las obligaciones y regulaciones legales.

La figura 28 muestra el grado de respeto por parte de la empresa a la normativa internacional de comportamiento, así el 40% de personas califican de alto la manera en que la organización se preserva de no ser cómplice de las actividades de otra organización vinculada o no, que no sea coherente con la normativa internacional de comportamiento. Se califica de mediano con el 60% de personas que dicen que la organización se esfuerza por respetar la normativa internacional de comportamiento.

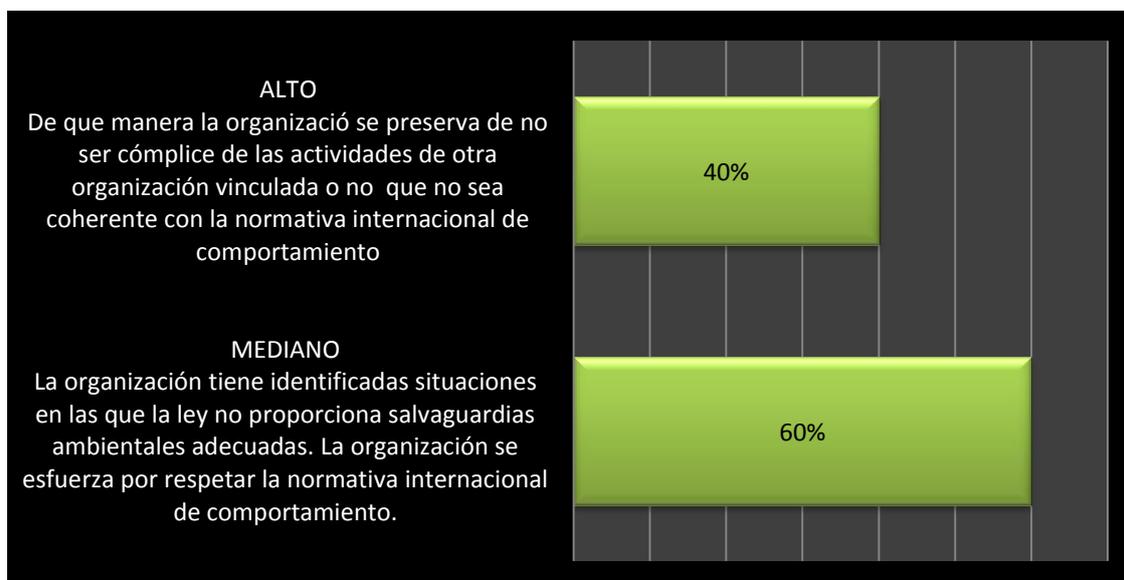


Figura 28: Respeto al principio de legalidad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Con calificación de bajo, según la figura 29, dicen el 60% de personas no saber en qué departamento se encuentra de manera física la declaración de los derechos humanos y simplemente desconocen que la organización tenga un delegado que se encargue de la difusión de los derechos humanos así como el hecho de tener claro algún procedimiento que tenga que seguir cuando se sienta vulnerado sus derechos humanos.

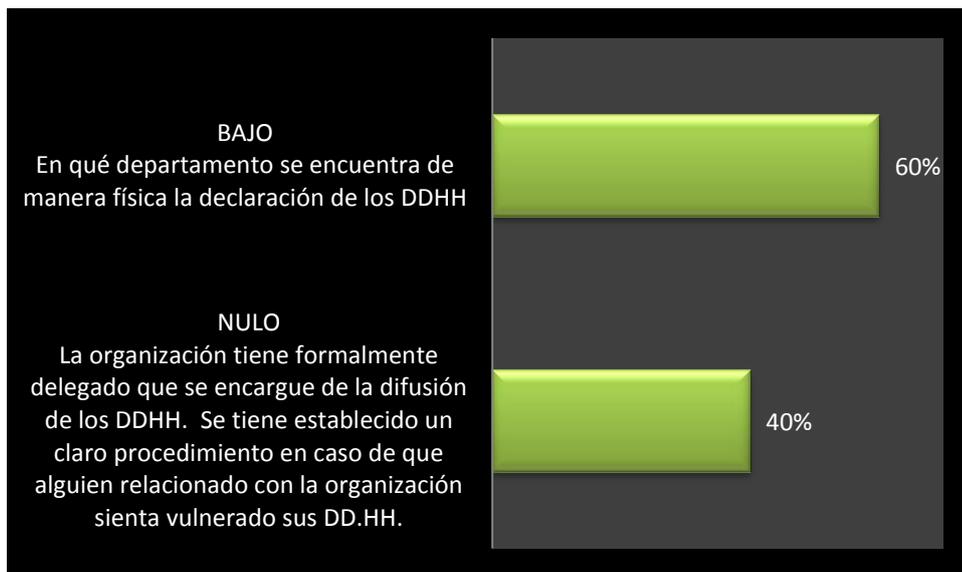


Figura 29: Respeto al principio de legalidad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

CAPITULO III
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA

2.2. Historia de la empresa.

El hostel fue construido en el año de 1920 y remodelado en el 2000, su inauguración fue en el año 2001, ésta preciosa Hostal está situada en el centro histórico de la ciudad. Rodeado por iglesias, museos y mercados, diseñado por el Arq. Claudio Ullauri.

Dentro de la gran selección de hoteles existentes en la ciudad de Cuenca se encuentra Hostal La Castellana, que tiene 12 años de funcionamiento, sus instalaciones se asientan en un casa antigua remodelada de arquitectura tradicional.



Figura 30: Vista frontal del Hostal La Castellana

Fuente: Planos de la empresa

Elaborado por: Empresa

2.3. La empresa.

2.3.1. Ubicación.

La ubicación del hostel está solamente a 300 metros del mismo centro de la ciudad de Cuenca, es decir en las calles Luis Cordero 10-47 y Gran Colombia.

2.3.2. Misión.

Provee un servicio cálido, eficaz y cordial a todos nuestros huéspedes haciendo de la excelencia nuestra carta de presentación.

2.3.3. Visión.

Obtener el liderazgo en la rama hotelera, logrando así la preferencia y satisfacción de nuestros clientes excediendo sus perspectivas de un excelente servicio.

2.3.4. Servicios.

En la planta baja se encuentra todo la parte operativa y de producción del hostel, haciendo así más cómodo su uso. Dentro de las cuales se encuentra las siguientes secciones:

2.3.4.1 Recepción.

Consta de un pequeño hall, donde se reciben a los huéspedes. En la recepción siempre se encuentra una persona para cubrir cualquier necesidad que pueda surgir. También para acoger a los viajeros a cualquier hora del día o de la noche, el hostel brinda los servicios las 24 horas.

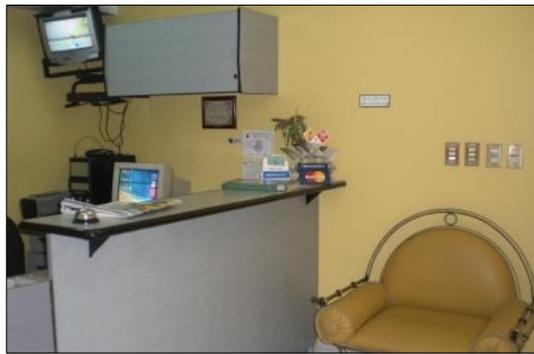


Figura 31: Recepción y Hall

Fuente: Empresa

Elaborado por: El Autor

2.3.4.2. Cafetería.

Presta el servicio de desayunos únicamente para los huéspedes, en la cafetería también se presta el servicio de room-service, el servicio de desayunos tiene un horario comprendido desde las 7:00 a 9:00 de la mañana.



Figura 32: Cafetería

Fuente: Empresa

Elaborado por: El Autor

2.3.4.3. Servicios sanitarios.

Para uso exclusivamente de los huéspedes y personal que labora dentro del Hostel, son totalmente Independientes para damas y caballeros.

2.3.4.4 Cocina.

Siguiendo la normativa tiene extractor de humos, refrigeradora y cocina respectivamente, la cocina está acondicionada con todas las comodidades posibles.



Figura 33: Cocina

Fuente: Empresa

Elaborado por: El Autor

2.3.4.5. Habitaciones.

Cuentan con 5 habitaciones (segunda planta), 1 habitación Cuádruple o Quintuple, 3 habitaciones Dobles y 1 habitación sencilla, todas están debidamente equipadas con las mejores comodidades para la bienestar del huésped. Las prestaciones que se ofrece en las habitaciones son: alfombradas, baño privado, agua caliente las 24 horas, teléfono, TV Cable e internet inalámbrico.

En la tercera planta se encuentran 8 habitaciones de las cuales 2 habitaciones son dobles o triples y 6 habitaciones sencillas o matrimoniales.

7 Habitaciones sencillas o matrimoniales (1 o 2 personas)



Figura 34: Habitación sencilla

Fuente: Empresa

Elaborado por: El Autor

5 Habitaciones dobles o triples (2 o 3 personas)



Figura 35: Habitación doble

Fuente: Empresa

Elaborado por: El Autor

1 habitación cuádruple o quántuple (5 o 6 personas)



Figura 36: Habitación cuádruple

Fuente: Empresa

Elaborado por: El Autor

2.3.4.6. Hall.

En la primera planta se encuentra un hall, el mismo que está debidamente adecuado para recibir visitas o reuniones por parte de los huéspedes, además hay un puesto de café donde los huéspedes pueden servirse café, té o simplemente agua, el mismo que es totalmente gratuito.



Figura 37: Hall
Fuente: Empresa
Elaborado por: El Autor

2.3.4.7. Bodega.

Donde se encuentra todo lo necesario para abastecer las habitaciones y el hostel en general, es decir todos los instrumentos de limpieza y ropa de cama.

2.3.4.8 Servicios de internet

Donde se encuentra una máquina que está habilitada las 24 horas para el uso de los huéspedes ya sea de internet o cualquier otro servicio que el usuario sepa dar.



Figura 38: Sitio de internet
Fuente: Empresa
Elaborado por: El Autor

2.4. Estructura organizativa.

2.4.1. Administración.

La administración está a cargo del propietario Ing. Com. Carlos Ramón, que es la persona que está al mando directamente de todas las funciones administrativas y operativas del hostel.

2.4.2. Personal operativo.

Estos departamentos están estrechamente ligados ya que sus actividades se relacionan entre sí para ofrecer un adecuado servicio que satisfaga al cliente, los mismos se distribuyen de la siguiente manera:

3 Recepcionistas.

1 camarera.

1 cafetería.

2.4.2.1. Recepción.

En el departamento de recepción laboran 3 personas que trabajan de Lunes a Sábado percibiendo un sueldo mensual de \$340 c/u; y el otro recepcionista únicamente los fines de semana.

El personal de la recepción constituye el principal contacto del público con el hostel. Además del contacto con el público y las comunicaciones con los huéspedes, se hace cargo de organizar la ocupación de las habitaciones y de las reservaciones, de mantener la comunicación continua con el departamento de camarería y elaborar los saldos de los estados de cuenta.

Los turnos de los recepcionistas son:

Tabla 4. Turnos de los recepcionistas

TURNOS	N° PERSONAS	HORARIO	DIA
Mañana	1	7:00 am – 18:00 pm. 7:00 am – 13:00 pm	Lunes a Viernes Sábado
Noche	1	18:00 pm – 7:00 am	Lunes a Sábado
Fin de semana	1	7:00 am – 7:00 am	Domingo Lunes

Fuente: Empresa

Elaborado por: El Autor

2.4.2.2. Camarera.

La camarera es la persona encargada de la limpieza del hostel, habitaciones, pasillos, oficinas, áreas comunes, etc. Mantener limpias y atractivas las habitaciones es esencial para satisfacer a los huéspedes.

La comunicación estrecha entre el departamento de camarería y la recepción es esencial ya que a través de recepción, la camarera se informa de cuales habitaciones se encuentran desocupadas, para cambiar los blancos de la habitación (toallas, sábanas, fundas de almohada, frazadas) y limpiar. Esta información se obtiene con una lista de llegadas y salidas que envía la Recepción a la camarera. La camarera, labora 6 horas diarias, con un horario de lunes a domingo de 7:00 am – 13 pm.

2.4.2.3. Cafetería.

Está destinada únicamente para brindar el servicio de desayunos a los huéspedes, atiende una persona quien es la encargada de servir los alimentos en perfectas condiciones de salubridad y limpieza. La persona encargada de la cafetería labora de lunes a sábado de 7:00am -10:00am.

2.4.3. Contador.

Es la persona que se encarga de llevar las transacciones comerciales y contables así como los impuestos fiscales de la empresa.

2.4.4 Guardia.

Es el personal encargado de salvaguardar la integridad física, psico-social del personal que labora así como de los clientes de la hostel. Existe un solo guardia que labora durante la tarde y en la noche.

2.4.5 Tarifas.

Como referencia, las tablas 5, 6 y 7 muestran la tarifa para el mercado local.

Tabla 5. Tarifa de alojamiento normal

Hab. Sencilla (1 persona)	\$18.30
Hab. Doble o Matrimonial (2 personas)	\$29.28
Hab. Triple (3 personas)	\$39.04
Hab. Cuádruple (4 personas)	\$47.58

Fuente: Empresa

Elaborado por: El Autor

Tabla 6. Tarifa de alojamiento con descuento/pago en efectivo

Hab. Sencilla (1 persona)	\$16.62
Hab. Doble o Matrimonial (2 personas)	\$26.60
Hab. Triple (3 personas)	\$35.49
Hab. Cuádruple (4 personas)	\$43.25

Fuente: Empresa

Elaborado por: El Autor

Tabla 7. Tarifa especial para festividades

Hab. Sencilla (1 persona)	\$22.33
Hab. Doble o Matrimonial (2 personas)	\$35.72
Hab. Triple (3 personas)	\$47.63
Hab. Cuádruple (4 personas)	\$58.05

Fuente: Empresa

Elaborado por: El Autor

Los tarifas para las festividades se establecieron mediante, el precio de las tarifas normales de alojamiento, más el incremento del 22% de impuestos (12% del IVA, y el 10% de servicios).

Esto se debe a las diferentes festividades que se dan dentro de nuestra ciudad y país. Considerando que existe mayor afluencia turística en dichas fechas y mayor porcentaje de utilidad, y por supuesto brindando un servicio de calidad.

Los pagos se pueden realizar en efectivo y/o con las tarjetas de crédito como: Visa, MasterCard, y American Express.

2.4.6. Organigrama funcional.

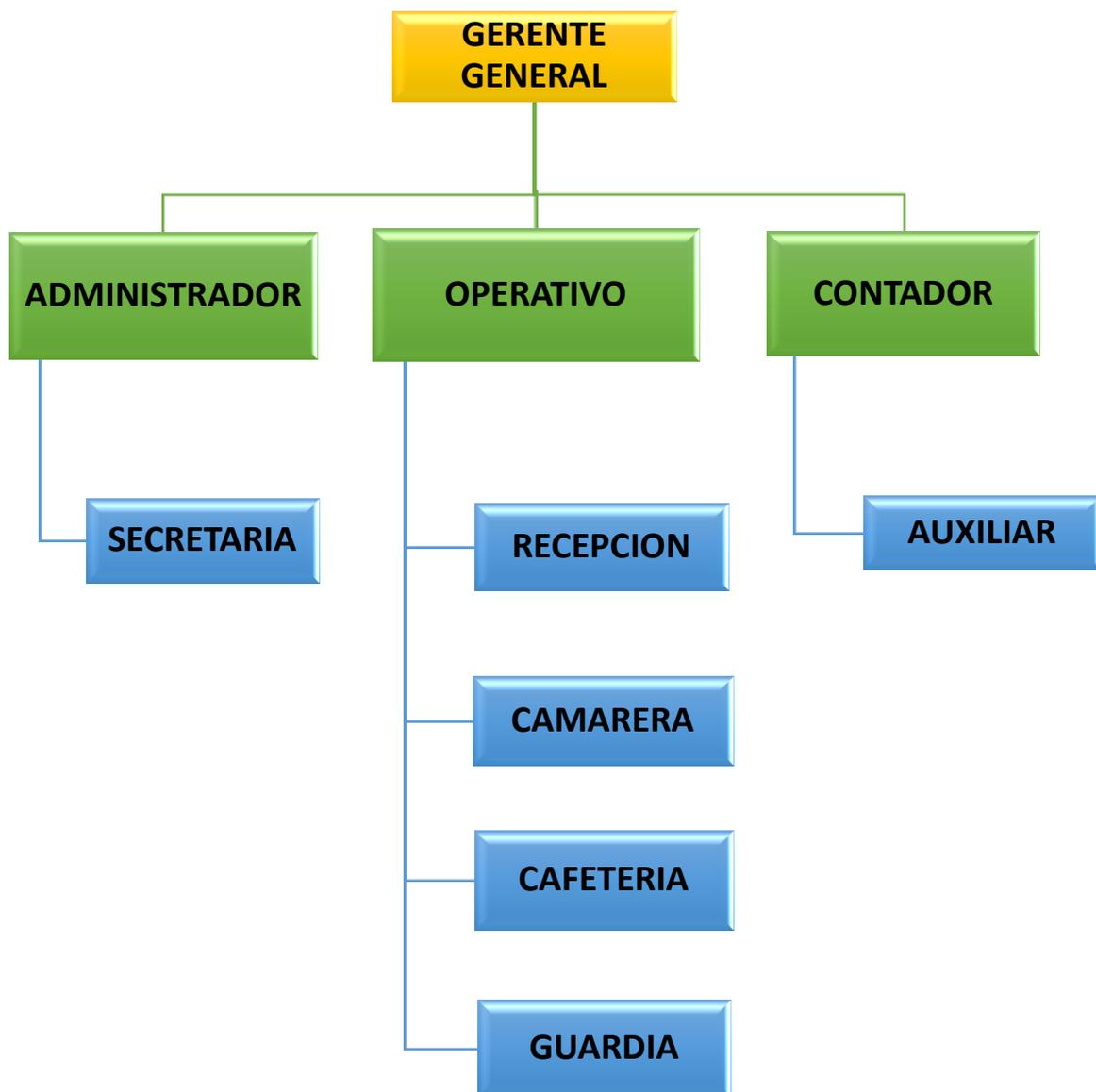


Figura 39: Organigrama

Fuente: Empresa

Elaborado por: El Autor

2.5. Clientes.

Se brinda servicios de alojamiento a personas que llegan a nivel del país desde las diferentes regiones y provincias ya sea por paseo o por trabajo. También se cuenta con la visita de clientes extranjeros jóvenes o jubilados que vienen desde Europa y Estados Unidos por razones de turismo a conocer la ciudad y otros para aprender nuestro idioma.

2.6. Marco legal.

El hostel La Castellana es una empresa de servicios hoteleros que no tiene personería jurídica, más bien, es una organización de hecho formada por personas naturales cuyo representante legal es el Ing. Carlos Ramón en calidad de Administrador.

Además cuenta con todos los permisos municipales de funcionamiento que exige la ley. Entre los permisos se tiene:

- Registro único de contribuyentes (RUC)
- Certificado único de funcionamiento (CUF)
- Permiso del Benemérito Cuerpo de Bomberos de la Ciudad de Cuenca.
- Patente del Comerciante

La documentación del representante legal se encuentra actualizada:

- Cédula de identidad
- Papeleta de votación

Dentro del marco tributario y fiscal el hostel es considerado como una persona natural obligado a llevar contabilidad, por lo que declara el impuesto al valor agregado (IVA), y el impuesto a la renta con las retenciones del caso.

2.7. Análisis de la organización.

2.7.1. Análisis Interno.

2.7.1.1. Cultura organizacional.

La cultura organizacional influye en el cumplimiento eficiente de los objetivos de la empresa, en el caso de la hostel la cultura corporativa está determinada por el conjunto de costumbres, tradiciones, actitudes y comportamientos de cada una de las personas. Las diferencias de edades entre el equipo de trabajo responde a cierta incompatibilidad de costumbres entre sus miembros lo que ocasiona serios conflictos interpersonales, comunicativos y sobretodo afecta al clima laboral.

2.7.1.2 Recursos.

— **Mobiliario**

Son todos los muebles, sillas, armarios y estantes con los que cuenta el hostel tanto en recepción como en el resto de departamentos sin olvidar las habitaciones. El mobiliario de la empresa forma parte de la imagen corporativa por ello es importante el mantenimiento y limpieza adecuada.

— **Equipos de computación**

Existen varios equipos de cómputo en el hostel como es en recepción, así como en los dos halls para uso exclusivo de los clientes quienes pueden hacer uso en cualquier momento u hora durante su estadía.

Las computadoras son utilizadas para realizar el trabajo que corresponda según el departamento, sin olvidar que cuentan con sistema operativo Windows y paquete office.

— **Equipos electrónicos**

Se puede mencionar dentro de los equipos electrónicos a todos los que son utilizados en las habitaciones como es tv, radio, modem para internet y wifi, control remoto, paquetes de televisión pagada como tv cable y directv, antenas y teléfono. Estos equipos garantizan a los huéspedes que su estadía sea confortable y placentera.

— **Económicos**

Se cuenta con capital de trabajo suficiente como para mantener a la organización y los servicios, sin embargo, se está pensando en inversiones futuras para proyectos de ampliación del hostel y mejorar la atención a los clientes propios y nuevos o potenciales.

— **Software de gestión administrativa**

Actualmente en recepción se cuenta con recurso tecnológico informático de office para llevar a cabo las tareas de gestión administrativa como es reservaciones, turnos y control de huéspedes.

— **Marca**

El hostel cuenta un logo propio, mismo que se encuentra disponible en hojas de papel bond membretadas, en el letrero de entrada principal a las instalaciones y en la página web institucional.

2.7.1.3. Habilidades.

Los conocimientos y preparación académica de los miembros de la empresa resultan importantes a la hora de dar cumplimiento con los fines y metas de la organización. El personal operativo se encuentra en proceso de estudios superiores pero no todos, en el caso de la camarera y guardia están en preparación primaria sin olvidar la persona de cafetería. Por tal motivo, las habilidades que posee el personal es limitado a la hora de solucionar diferentes situaciones que se presentan en la empresa y en éste caso es imprescindible pensar en la capacitación del personal.

2.7.2. Análisis externo.

2.7.2.1. Micro ambiente.

— **Clientes**

Dentro de los clientes destacamos los clientes nacionales e internacionales, los nacionales provienen de todas las provincias de nuestro país mismos que desean conocer nuestra ciudad y su entorno ya sea en fechas festivas como en días ordinarios. Los extranjeros provienen de países como Alemania, Holanda, EEUU, Japón, Portugal, España, Italia etc., los mismos que vienen con la intención de conocer nuestras culturas, costumbres y diferentes riquezas de nuestro país, dentro de los turistas extranjeros están los jubilados que deciden radicar en nuestro país por su clima y tranquilidad que brinda nuestra ciudad. También están los extranjeros que desean radicarse temporalmente en nuestra ciudad con la intención de aprender nuestro idioma y se inscriben en las diferentes escuelas que la ofertan.

— **Competidores**

Existen muchos competidores en el mercado de servicios de hospedaje en la Ciudad como son hoteles: El Dorado, Oro Verde, Italia entre otros y hostales como son: Escalinata, Huayna Cápac, Cofradía del Monje, entre otros, que brindan similares servicios de hotelería y turismo. En el siguiente análisis se ha tomado algunas empresas que pueden resultar convertirse en competencia por razones como es el target de consumidores, la

infraestructura y tipos de servicios que brinda a la comunidad, por tal razón han sido objeto de análisis. (ver cuadro 2, preferencia de hostales).

— **Proveedores**

Los proveedores son las empresas que se encargan de suministrar todos los productos al hostel y así poder ofrecer un servicio de calidad.

Dentro de los mismos se encuentra las empresas como: Megalimpio que provee papel higiénico, servilletas, descartables, fundas para basura, jabón de baño, shampoo, dispensadores de jabón, dispensadores de papel higiénico, ambientadores, desinfectantes para la limpieza etc.

También se encuentra la distribuidora de gas a cargo de la empresa Austro Gas, los textiles San Pedro quien se encarga de dotar de toallas, sábanas. La distribuidora CBC (Compañía Tropical de Bebidas) dota de agua pura en botellón y en botellas pequeñas para las habitaciones. Para mantener limpia lo que es ropa y textiles tenemos a la Lavandería RC que se encarga de la lavandería de la ropa del Hostel y de los Clientes. Supermercados Unidos quien se encarga de dotar de los productos para la alimentación de los clientes.

2.7.2.2. *Macro ambiente.*

2.7.2.2.1. *Socio cultural.*

✓ **Aspectos demográficos:**

— **Edad**

En la provincia de Azuay, según el censo de 2010 y con los datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) la población se concentra en edades jóvenes. En relación con los censos anteriores, existe una disminución en los grupos de menor edad y un incremento de la población en edad productiva. Por ejemplo el 10,5% equivale a 74653 personas comprendidas entre 15 y 19 años de edad, el 9,7% equivale a 69231 personas entre 20 y 24 años de edad y el 8,5% equivale a 60764 personas comprendidas entre 25 y 29 años.

La edad media de la población Ecuatoriana está de 28,4 años. Es importante indicar que al tener una población promedio joven significa que nos enfrentamos ante una demanda nacional exigente puesto que se vuelven más exigentes en cuanto a la calidad del servicio hospitalario que reciben. Para ello el hostel debe prepararse para satisfacer tales exigencias en el ámbito tecnológico dotando equipos electrónicos de última generación en las habitaciones e instalaciones del hostel. Así mismo el huésped joven tiene mayores exigencias en el servicio de cafetería, limpieza y seguridad.

— Nivel educativo

La tasa de analfabetismo en el Azuay es de 6,7% según cifras del censo del año 2010 y a nivel nacional el analfabetismo de personas iguales o mayores a 15 años de edad corresponde a 6,8%. Las personas de bajo nivel académico que no ha recibido preparación escolar involucra y compromete al hostel en el sentido de que requieren mayor atención en el servicio por lo que el personal necesariamente tiene que estar preparada y capacitada para brindar una adecuada atención y satisfacer las necesidades de éstos huéspedes.

— Distribución geográfica

El hostel se encuentra ubicado en el Ecuador al Sur de la región Sierra en la provincia del Azuay del Cantón Cuenca. La empresa se encuentra en zona privilegiada del centro histórico a pocas cuadras del parque central de la Ciudad y pocos kilómetros del aeropuerto Mariscal Lamar, siendo una gran ventaja el hecho de que el huésped puede transportarse fácilmente y en poco tiempo hacia los lugares estratégicos de la ciudad así como llegar rápido y seguro al aeropuerto o terminal terrestre.

— Densidad de población

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) el 50,44% de la población nacional corresponde a 7.305.816 mujeres mientras que el 49,56% equivale a 7.177.683 hombres. Además existe el 71,9% de la población nacional de mestizos, el 7,4% son montubios, afro ecuatorianos el 7,2%, indígenas el 7%, blancos el 6,1% y otros el 0,4%.

Estos datos poblacionales del país son importantes para la organización a la hora de pensar en el diseño de la infraestructura de la empresa y sobretodo el servicio que se entrega al cliente debe ser en función de la auto identificación de la población, ya que cada tipo de raza tiene costumbres y tradiciones diferentes. Ventajosamente el hostel está dentro del grupo de mayor población nacional para lo cual las instalaciones están elaboradas para atender a éste tipo de huéspedes, sin embargo; la empresa también está preparada para acoger a cualquier persona que no necesariamente sea mestiza.

✓ Aspectos culturales:

En la Ciudad de Cuenca se vive en el mes de Junio las fiestas del Corpus Christi se reúne la gente en el parque Calderón del Centro histórico para disfrutar de los típicos dulces de Corpus, entre caramelos, suspiros, bolas de coco, quesadillas, bombones, roscas y otros.

En el mes de Diciembre no hay que olvidar el pase del niño viajero en donde se concentra la colectividad con sus disfraces a participar del gran pase del niño junto con carros alegóricos viven las fiestas de navidad por las calles de la ciudad.

A nivel nacional se vive las festividades provinciales y cantonales como es el intiraymi, desfile de los inocentes en el 6 de enero, el de las flores y las frutas en Ambato, fiestas de la mama negra, festividades del carnaval, entre otros.

Existen huéspedes que llegan de distintos puntos del país para disfrutar de las tradiciones de nuestra ciudad y por ende se alojan en el hostel. Las tradiciones y costumbres locales atraen a los turistas propios y extranjeros en dónde la organización aprovecha para acoger la mayor cantidad de clientes.

✓ **Tecnológicos**

En nuestro medio las Tecnologías de Información (TI) son una herramienta fundamental para la planeación estratégica y toma de decisiones de la alta dirección. Las empresas de turismo y el mercado de alojamiento utilizan ésta herramienta tecnológica para comercializar y promocionar sus servicios lejos del lugar dónde se encuentra el cliente. El hostel La Castellana a través de su página web institucional ofrece sus instalaciones por internet en dónde el cliente puede realizar sus reservaciones en línea según sus gustos y necesidades.

Es importante mencionar que con la invención de las TI las organizaciones de servicios de alojamiento se vuelven competitivas en el mercado del turismo pues la tecnología informática permite apoyar los análisis de mercados que les dan la oportunidad de identificar nuevos clientes y optimizar sus funciones de ventas. También estrategias que permitan obtener la fidelidad de los clientes al brindarles los servicios y productos que necesitan, así mismo poder establecer programas de recompensas para los clientes frecuentes y evaluar la satisfacción del cliente y consumidor.

✓ **Económicos**

La posibilidad de financiamiento a corto o largo plazo es un factor determinante en las personas para buscar un alojamiento según su capacidad de pago. Las condiciones económicas de los huéspedes serán importantes a la hora de tomar decisiones sobre la calidad, precios, tiempo y lugar de estadía. En el Ecuador en éstos últimos años se ha tenido cierta estabilidad de la economía sin embargo, a Junio del 2014 el INEC en su página arroja datos de pobreza del 24,53% y la tasa de subempleo nacional del 51,07%, el costo de la canasta familiar básica a Julio del 2014 es de 637 dólares, el desempleo 4,65%.

Estas cifras pone en alerta a la cadena hotelera de la ciudad sobre todo al hostel la castellana porque la demanda potencial incluye a clientes que buscan precios que sean asequibles de acuerdo a su nivel económico, el hecho de que el INEC arroje una tasa considerable de pobreza en el país significa que la empresa debe emitir precios competitivos en el mercado para mantener la cartera de clientes.

✓ **Políticos Legales**

Existen organizaciones y entes reguladores de la actividad turística y hotelera como es la Cámara de Turismo del Azuay y el Municipio de Cuenca también se puede mencionar la Asociación Hotelera del Azuay. A nivel nacional tenemos al Ministerio de Turismo quien emite las normas, leyes y reglamentos para las organizaciones que brindan servicios de alojamiento en el país. El hecho de que la empresa se encuentre en la base de datos de éstas entidades gubernamentales es beneficioso porque garantiza la seguridad por parte del huésped en el servicio brindado ya que los clientes suelen asegurarse de que el hostel sea un sitio convincente para disfrutar de la tranquilidad.

2.8. Foda institucional.

Tabla 8. Foda institucional

INTERNAS	EXTERNAS
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación en el casco urbano de la ciudad de Cuenca - Reconocimiento del nombre del hotel a nivel nacional e internacional. - Clientes corporativos fieles. - Precios bajos y servicio de calidad en el hospedaje para empresas. - Experiencia en el manejo hotelero por 	<ul style="list-style-type: none"> - Convenios de publicidad para promocionar el Hotel a nivel nacional e internacional, es decir, oportunidad de expandirse. - Aprovechamiento de eventos en fechas festivas.

<p>más de 10 años.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implementación de nuevas Tecnologías de Información (TI), productos y servicios. - Manejo de la página web para ofertar servicios, realizar reservaciones y recibir pagos del Hotel. - Plan todo incluido. (desayuno americano y los impuestos) - Variedad de servicios como wifi, espacios de internet, servicio a la habitación, cafetería. 	
<p>DEBILIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> - No cuenta con una organización formal - Entrega tardía de la habitación por parte de los empleados. - Los procesos informáticos son insuficientes para realizar una gestión administrativa, financiera y operativa eficaz con los clientes y huéspedes. - No se cuenta con plan de seguridad e higiene laboral. - Insuficiente personal con bajos sueldos debido a limitaciones de ingresos. - El trabajo por parte del personal no es 	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia de hoteles de la misma categoría - Falta de un aeropuerto internacional en la ciudad de Cuenca para mayor afluencia turística. - Condiciones económicas de las personas hacen que busquen lugares de alojamiento baratos debido al entorno y escenarios de la política fiscal y económica del país. - Falta de información de la Asociación Hotelera del Azuay sobre categorización y diferencia de hoteles

<p>realizado en equipo.</p> <ul style="list-style-type: none">- Falta de capacitación y motivación a los empleados.- Infraestructura no garantiza la seguridad y no cuenta con parqueadero dentro del hotel- Actualizar los recursos de la empresa como tecnológicos, electrónicos, mobiliario.	
---	--

Fuente: Empresa

Elaborado por: El Autor

CAPITULO IV
SISTEMA DE GESTIÓN CON RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

3. Sistema de gestión con responsabilidad social empresarial.

3.1. Introducción del sistema de gestión con RSE.

La propuesta de un sistema de gestión con responsabilidad social empresarial se asienta en la norma ISO 26000, para la cual, tomando como base los resultados de la encuesta de RSE realizadas en el capítulo anterior se ha desarrollado una propuesta que ayude a mejorar la gestión de la empresa en términos de responsabilidad empresarial.

Se ha considerado los aspectos importantes que requieren mejorar y potenciar las actividades bajo la responsabilidad social y que permita dar un servicio cumpliendo las normas legales sin intervenir ni comprometer a futuras generaciones sino más bien, considerar la importancia de ser socialmente responsables en la entrega de servicios de hospitalidad con sus consumidores potenciales y la comunidad.

Por tal motivo, la gestión con RSE involucra los principios fundamentales de la norma ISO 26000 y coteja con los resultados de la encuesta para obtener un diagnóstico real sobre la aplicación de la responsabilidad social en la empresa y posteriormente realizar la propuesta de gestión para la organización.

3.2. Gobierno corporativo.

3.2.1. Rendición de cuentas.

Es importante que la empresa de a conocer las actividades realizadas dentro de un período de tiempo sobre su gestión, para ello, la organización tiene que publicar periódicamente reportes o memorias de sostenibilidad indicando todas las actividades realizadas por su gobierno. Estos reportes deben ser verificados y evaluados por una firma auditora reconocida internacionalmente como por ejemplo la Global Reporting Institute (GRI). La publicación de estas memorias debería ser publicada a todo nivel es decir, dentro de la organización con los empleados de jerarquía inferior hasta las autoridades y directivos, y por otro lado, hacer llegar a los grupos de interés como clientes, proveedores, comunidad, etc.

Ahora, no se trata únicamente de publicar los reportes solo por cumplir sino más bien lo importante es que las personas conozcan, reflexionen y asimilen la información para ello la organización tendría que utilizar los medios de comunicación como correo electrónico, twitter, facebook o reuniones conjuntas y periódicas en las que a través de talleres de trabajo con el personal tengan la oportunidad de opinar, criticar y evaluar el contenido de las

memorias de sostenibilidad que la empresa presenta. Además es importante que la organización considere dichas opiniones y se las haga saber por la misma vía de comunicación o folletos informativos.

3.2.2. Transparencia.

La organización tendría que informar de manera clara y precisa sobre las acciones, políticas y decisiones que realiza en torno a las actividades de la que es responsable como son políticas de gestión para atención al cliente, plan de acción estratégico que incluya al personal, directivos y grupos de interés, actividades para el mejoramiento del servicio de hospitalidad, entre otros.

Asegurarse que los informes contables sean transparentes por eso la empresa debe publicar los estados financieros para que el personal de interés conozca y se informe de las actividades económicas de la empresa. Se debería pedir asesoría externa en caso de manejo y construcción de libros contables así como estar presto para el caso de auditorías financieras.

La empresa debería asegurarse que toda la información de gestión de la empresa sea fácilmente accesible y entendida por el personal. Así mismo, la organización debe difundir con todos los grupos de interés los criterios de evaluación que realiza la propia empresa en función a la responsabilidad social.

3.2.3. Comportamiento ético.

La creación de un código de ética permite evidenciar que la organización funciona con responsabilidad social, para ello, se debería incluir a un miembro representante de cada grupo de interés como ejemplo puede ser directivo, accionista, cliente, proveedor, órgano de control, personal. Luego dar a conocer públicamente el código de ética para que todos conozcan y sepan cuál es el fundamento organizacional en función de valores, principios o filosofía que persigue la organización. El código de ética puede ayudar desarrollar buenas relaciones proveedores y clientes, disminuir los procesos legales, asegurar el cumplimiento de las leyes de gobierno así como oportunidad para negociar ciertos conflictos que sean de interés de la empresa.

La empresa debería crear espacios con el personal para que pueda evidenciar el conocimiento de los principios y valores organizacionales y sobre todo llevar a la práctica de dichos principios por parte de los grupos de interés.

En el caso de la competencia la organización debe formalizar reuniones, conferencias y otros que sean de importancia para mantener las buenas relaciones y no comprar información estratégica que la competencia pueda tener tampoco filtrar por ningún motivo información que pueda servir a la organización y utilizar para el bienestar.

3.2.4. Respeto a los intereses de las partes interesadas.

La organización debería identificar plenamente a los grupos de interés y luego establecer mecanismos y vías de comunicación con ellos para conocer sus intereses y metas respecto de la organización. Se podría utilizar las redes sociales de la institución que permitan tales diálogos así como establecer reuniones periódicas con los grupos de interés abriendo espacios de diálogo, expresión, crítica y transferencia de información. Toda la planificación estratégica de la organización debe llevar las opiniones, y demás elementos fundamentales que resulten de los diálogos que se tienen con los grupos de interés.

Como evidencia de los diferentes diálogos que la organización ha realizado con las partes interesadas es importante llevar un registro con firma de responsabilidad de todas las reuniones que se tenga en un período determinado de tiempo, así como, las convocatorias y desarrollo de las reuniones.

3.2.5. Respeto al principio de legalidad.

Llevar un registro y control de todos los requisitos formales que legalice la creación y funcionamiento de la organización, para ello, la empresa debería conocer sobre:

- Permisos municipales
- Permisos del cuerpo de bomberos actualizados
- Sanidad
- Registro único de contribuyentes (RUC)
- Asociación hotelera del Azuay
- Cámara de turismo
- Servicio de rentas internas (SRI)

- Código laboral
- Seguro social (IESS)

La organización debería crear mecanismos que le permitan asegurar el grado de cumplimiento de las actividades según el marco legal vigente. Es de vital importancia que la empresa mantenga plenamente informado a los entes legales a través de las cuentas de correo o páginas de internet propias de cada institución para que dé a conocer sobre su gestión.

En éste aspecto es importante que la empresa tenga asesoría legal por ejemplo en el caso del código de trabajo, para que se pueda resolver conflictos laborales sin comprometer la satisfacción del trabajador de ser el caso.

3.2.6. Respeto a la norma internacional de comportamiento.

Hay que investigar e informarse sobre la normativa internacional del comportamiento para luego revisarla en sesiones de trabajo establecidas para luego identificar y respetar aquellas que sean de interés para la organización. En éste caso, luego de que la empresa conozca la norma y haya revisado es importante que públicamente se lo haga conocer al personal y personas interesadas con la finalidad de que todos respeten y actúen bajo los mismos principios de comportamiento.

3.2.7. Respeto a los derechos humanos.

La empresa podría delegar a un responsable para que haga llegar un modelo físico de los derechos humanos y que todos estén bien informados sobre éste tema, así como difundir y capacitar por diferentes vías como reuniones, talleres, trípticos, folletos, etc., con todo el personal y grupos de interés. No solamente se trata de dar a conocer cuáles son los derechos humanos sino también establecer mecanismos que permitan controlar y llevar a la práctica en caso de que alguien sienta vulnerados sus derechos.

3.2.8. Acciones que se relacionan con la gobernanza.

Dentro de las expectativas que se relacionan con el gobierno corporativo se podría plantear las siguientes acciones:

- Elaborar y desarrollar un plan estratégico que incluya los objetivos, metas y acciones que involucren un compromiso serio de responsabilidad social así como crear un medio físico que permita evidenciar su accionar por parte de las autoridades sobre la RS.
- Crear y utilizar un sistema contable transparente y adecuado que permita conocer los recursos financieros de forma oportuna, clara y exacta en un período de tiempo determinado.
- Generar igualdad de oportunidades considerando los derechos humanos para que grupos especiales como personas con capacidades especiales puedan ocupar cualquier cargo o puesto en la organización.
- Aplicar igualdad y equilibrio para todas las necesidades a corto y largo plazo de la organización, así como guardar el equilibrio a nivel de directivos, autoridades y líderes que toman decisiones como representación de la organización.
- Implantar, cumplir y hacer cumplir los procesos de comunicación interna y externa con toda la organización y grupos de interés, así como, establecer un plan de arbitraje en caso de resolución de conflictos con el personal.
- Promocionar y dar seguimiento al cumplimiento de todas aquellas actividades que realiza la organización relacionadas con la RS.
- Evaluar permanentemente el accionar de los líderes representantes de la organización e informar públicamente sobre los cambios realizados.
- Generar y desarrollar memorias de sostenibilidad que deben ser revisadas y auditadas por firmas internacionales que avalicen su veracidad y cumplimiento en la organización. Los reportes deben ser discutidos, criticados y analizados en el interior de la organización por parte del personal y comunicados de manera periódica.

3.2.9. Beneficios para la organización con la aplicación de la gobernanza.

Luego de aplicar las acciones sobre gobierno corporativo socialmente responsable la empresa tendría las siguientes mejoras:

- Lograr en el personal de la organización encaminar sus actividades con fiel cumplimiento de los objetivos y metas estratégicas en base a la responsabilidad social.
- Obtener información transparente de los recursos económicos y financieros de la organización así como adecuado control y manejo contable de todas las cuentas de la empresa.
- Mejor calidad en el clima laboral para personas con capacidades especiales y de inclusión.
- Adquirir beneficios que garanticen el desarrollo personal y profesional como resultado de la toma de decisiones que salieron del análisis equitativo de necesidades de todos los empleados incluidos autoridades.
- Obtener un alto grado de organización en las tareas que desempeña el personal y autoridades debido a los excelentes canales de comunicación interna de la empresa.
- Mayor grado de satisfacción del personal en la solución de posibles conflictos laborales que se pudieran generar en el interior de la empresa.
- Mantener las buenas relaciones con los grupos de interés sobre las actividades que realiza la empresa para brindar el buen servicio de hospitalidad.
- Conformidad del personal y partes interesadas con las decisiones y acciones aplicadas en la organización por parte de los directivos.
- Obtener evidencias físicas que respalden los reportes de sostenibilidad sobre las actividades y acciones aplicadas por la empresa.

3.3. Derechos humanos.

3.3.1. Derechos civiles y políticos.

La organización debería asegurar el cumplimiento y respeto de los derechos humanos para cada persona y grupos de interés como son:

- El derecho a la vida

- Derecho a la libertad
- Igualdad ante la ley
- Libertad de expresión

Los espacios físicos donde labora el personal desde su área de trabajo debería garantizar el grado de satisfacción personal y el pleno derecho de que la persona pueda desenvolverse sin exclusión de sexo, raza, religión o condición económica, social y cultural. En todas las áreas y departamentos de la empresa se debería garantizar la igualdad humana y libertad de expresión, es decir, generar un clima laboral en que el personal se sienta con plena libertad de opinar y expresar sus críticas sin tener temor a represalias por parte de directivos.

3.3.2. Derechos económicos, sociales y culturales.

Respecto a los derechos que tienen los empleados y grupos de interés sobre el ámbito económico, social y cultural se involucran los siguientes:

- Derecho al trabajo
- Derecho a la alimentación
- Salud
- Educación
- Derecho a la seguridad social

Si el personal siente que sus derechos son respetados incrementa su motivación hacia su tarea que desempeña en su respectivo puesto de trabajo, por tal motivo, la empresa debe garantizar que sus derechos sean respetados y generar espacios que permitan a las personas reclamar en caso de que sientan que no son respetados e inmediatamente tomar las medidas correctivas del caso.

3.3.3. Acciones que se relacionan con los derechos humanos.

Dentro de las expectativas que se relacionan con los derechos humanos se podría plantear las siguientes acciones:

- Crear una política de derechos humanos que sirva de orientación y guía para la organización y partes interesadas.

- Evaluar las actividades y tareas que realiza la organización y que puede afectar a los derechos humanos.
- Medir el impacto como resultado de las decisiones y actividades realizadas.
- No permitir la venta de servicios a otras instituciones que quieran vulnerar los derechos humanos del personal y grupos de interés.
- Informar públicamente a las partes interesadas sobre la forma en que la organización obtiene los servicios de alojamiento.
- Hacer declaraciones públicas sobre posibles actos de abuso a los derechos humanos, discriminación laboral u organizaciones vinculadas en actividades que irrespeten los derechos humanos.
- Incorporar una política de derechos humanos que sea legítima, accesible y transparente.

3.3.4. Beneficios para la organización con la aplicación de los derechos humanos.

Luego de aplicar las acciones sobre derechos humanos, la organización tendría las siguientes mejorías:

- Mejorar las relaciones personales entre los mismos empleados y directivos donde prime el respeto, la libertad de expresión y trato humano igualitario sin discriminación, ni trabajo forzoso, ni trabajo infantil.
- Contar con una política de derechos humanos adecuada a la organización y partes interesadas.
- Mayor seguridad y credibilidad del personal y autoridades de la organización al momento de vender el servicio de hospitalidad a los huéspedes y grupos de interés.
- Mayor confianza por parte de los grupos de interés en obtener el servicio de alojamiento.

- Evitar posibles relaciones con instituciones que tengan algún tipo de vínculo con actividades antisociales.
- Contar con una política de derechos humanos que sea transparente y abiertos al público basado en el diálogo, la mediación y sobretodo accesible para el caso de que una de las partes tenga problemas de acceso como analfabetismo, discapacidad o desconocimiento. Así mismo, que sea inclusiva sin discriminación de mujeres, niños, niñas, pueblos indígenas, migrantes y otros grupos vulnerables como ancianos, grupos religiosos, minorías vulnerables y personas portadoras de enfermedades catastróficas.

3.4. Prácticas laborales.

Un trabajador motivado realiza su labor de forma más eficiente y eficaz en éste caso la organización debe velar por su bienestar y por eso es de suma importancia que se cuente con un sistema de gestión de talento humano que garantice la estabilidad laboral del personal, así como generar el adecuado clima laboral. Dentro de las actividades para mejorar el plano laboral en la organización el departamento de talento humano podría involucrar el reclutamiento del personal, selección, plan de capacitación y seguridad laboral, políticas de incentivos y remuneraciones, manejo de conflictos laborales y organizaciones sindicales.

3.4.1. Reclutamiento del personal.

La empresa debería planear el mercado de recursos humanos, analizando el mercado de oferta y demanda de recursos humanos, para ello; se debe analizar el entorno organizacional relacionado con los posibles candidatos a empleo o quienes trabajen pero que estarían dispuestos a trabajar. La organización debería contar con requisitos que deben cumplir los candidatos en cada uno de los puestos para futuras vacantes.

Una vez definido los requisitos que debería cumplir el candidato para cada puesto, son informadas al gerente o administrador quién se reúne con talento humano para definir los métodos de reclutamiento para cubrir la vacante.

La empresa podría utilizar varios métodos o técnicas de reclutamiento:

- Anuncios en diarios y revistas

Utilizar medios de prensa como es el periódico de mayor circulación en la Ciudad de Cuenca como es el Mercurio y el Tiempo. En la sección de clasificados saca el aviso o anuncio de requerimiento de personal con las características del puesto.

- Presentación de candidatos por indicación de los trabajadores de la empresa.

El gerente de la empresa debería usar las recomendaciones y sugerencias que tengan los mismos empleados respecto a las vacantes.

- Reclutamiento virtual

Se podría utilizar los medios informáticos electrónicos para el reclutamiento del personal, para ello los candidatos al puesto envían el currículum vitae por e-mail o correo electrónico con los documentos de identificación digitales.

3.4.2. Proceso de selección.

Con los candidatos seleccionados el gerente puede utilizar una entrevista no dirigida, libre y abierta, como una especie de entrevista exploratoria para conocer y acercarse al candidato. Luego se podría realizar una entrevista dirigida es decir que formula preguntas de acuerdo con el desarrollo de la entrevista y obtener resultados. Finalmente realizar unas preguntas previamente elaboradas permitiendo en el candidato una apertura y libertad de respuestas.

Algunas recomendaciones para realizar una entrevista de selección:

- Identificar los principales objetivos de la entrevista
- Crear un clima favorable para la entrevista
- Conducir la entrevista hacia objetivos
- Analizar y evaluar a fondo el comportamiento del candidato
- Evitar preguntas discriminatorias
- Responder a las preguntas que le hagan y a otras que no le hagan.
- Anotar sus impresiones enseguida de la entrevista.

La selección del personal tiene un alto grado de importancia para la organización puesto que en éste proceso se define al personal que va a desempeñarse en un puesto determinado o vacante que tiene la empresa, por lo tanto; el candidato debería pasar por pruebas de conocimiento, psicológicas y de personalidad. No hay que olvidar los exámenes médicos y

el proceso de inducción que debe recibir el nuevo miembro de la organización luego de ser contratado.

3.4.3. Plan de capacitación.

El programa de capacitación de la empresa debe estar ligada al análisis de los procesos organizacionales junto con las necesidades de capacitación teniendo como resultado un programa eficiente acorde a la consecución de objetivos organizacionales.

La empresa podría seguir los cuatro pasos importantes que define las necesidades de capacitación de los empleados, siendo los siguientes:

a) Análisis organizacional

La empresa elabora las estrategias organizacionales lo cual implica que sus empleados estén altamente capacitados y sobretodo tengan capacidad de liderazgo cuyos rasgos de la personalidad sean suficientes como para satisfacer las necesidades de la demanda en éste entorno competitivo.

b) Análisis de los Recursos Humanos

La empresa podría analizar el perfil de sus empleados y de todos los miembros de la organización para determinar sus competencias, actitudes y comportamientos en base a los siguientes indicadores:

- Expansion de la empresa
- Cambios de métodos de trabajo
- Modernización de los equipos
- Nueva tecnología
- Calidad del servicio
- Comunicación deficiente
- Mala atención al cliente

c) Análisis de la estructura de puestos

La empresa debería definir los requisitos y especificaciones que debe cumplir el personal para laborar en cada uno de los puestos y a partir de ésta información el hostel puede conocer las necesidades de conocimientos, competencias y destrezas que debe poseer cada trabajador.

d) Análisis de la capacitación

La empresa debería analizar la capacitación a partir de los objetivos y metas de la empresa como instrumento de análisis del programa de capacitación. Si todos los empleados de la empresa mejoran sus procesos de relaciones humanas, servicio al cliente, relaciones interpersonales, así como capacitación en herramientas tecnológicas como la web 2.0 entre otros, entonces se tendrían resultados positivos en términos económicos que serían muy rentables para la organización.

3.4.4. Plan de seguridad, higiene y salud ocupacional.

El objetivo principal de la seguridad y salud ocupacional es mejorar las condiciones ambientales y el entorno en el que se desarrolla sus empleados para garantizar la salud física y mental proyectándose a mejorar el bienestar de las personas. Para ello, la empresa debería elaborar un programa de seguridad laboral para disminuir los riesgos de accidentes laborales y garantizar la salud laboral de todos los miembros de la organización.

Pero no solamente es suficiente elaborar el plan sino concientizar a todos los empleados a cerca del programa de seguridad ocupacional a fin de que sean parte del plan y coadyuven al desarrollo eficiente del mismo.

Para conformar el comité de seguridad e higiene laboral, se podría considerar a las siguientes personas responsables:

- a) Jefe de departamento de Talento Humano
- b) Delegado de cada departamento de la empresa
- c) Gerente o Administrador de la empresa
- d) Personal técnico de organismos estatales como: Bomberos, Cruz Roja.

Dentro de las funciones del comité estarían los siguientes:

- Diseñar un plan estratégico de seguridad e higiene laboral para la empresa
- Diseñar un manual de responsabilidades, funciones y obligaciones en torno al plan de seguridad laboral.
- Cumplir y hacer cumplir el manual aprobado por la empresa.

- Llevar a la práctica el programa de higiene laboral según normas, procedimientos y reglamentos de los organismos oficiales y estatales.
- Llevar procesos de evaluación de los procedimientos de seguridad laboral en la empresa.

Para llevar a cabo la gestión del plan de seguridad laboral se recomienda los siguientes aspectos:

- Tomar en cuenta que la ubicación de calefones y tanques de gas deben encontrarse en área segura y ventilada por lo general fuera del local no adentro para evitar acumulación de gases que contaminan el ambiente interno y pueden ocasionar posibles enfermedades.
- Los baños deben tener mayor ventilación y el caso extractores de olores que garanticen un adecuado ambiente y limpieza.
- Sitio de bodega exclusivo para ésta tarea y no se tenga que ubicar restos de materiales, o activos inservibles en lugares que no correspondan.
- Zonas de seguridad y salidas de emergencia en caso de algún siniestro, sismo o incendio que provoquen la salida inmediata de los huéspedes y personal que labora. Es importante pensar en la seguridad e higiene de las personas.
- Garantizar la ventilación y entradas de luz natural para evitar costos innecesarios de energía y aprovechar los beneficios de la naturaleza.
- Ubicar la señalización adecuada que sirva de información y guía para los huéspedes garantizando una adecuada comunicación interna con el personal.

3.4.5. Incentivos, remuneraciones y jornada laboral.

Toda persona que labora en su puesto de trabajo se muestra muy motivada cuando la organización aplica un plan de incentivos y remuneraciones que vayan de acuerdo al perfil y cargo que desempeña, por lo tanto, la empresa debe diseñar un plan o programa de

incentivos para el personal con el afán de motivar pensando en mejorar el clima laboral, personal y profesional de los miembros de la organización.

Se debería establecer una escala salarial considerando el grado de preparación académica, profesional, experiencia laboral, tiempo de servicio y capacitación del personal de la empresa, así mismo, publicar la jornada laboral para cada departamento de tal manera que todos los empleados conozcan sus obligaciones al momento de la hora de entrada y salida de la empresa.

3.4.6. Organizaciones de trabajadores.

La conformación de organizaciones de trabajadores que se crean en el interior de la empresa permiten recoger reclamos, opiniones y críticas de toda índole, para lo cual, la empresa debe generar espacios de debate y conversaciones entre el personal y autoridades para escuchar y tomar las medidas más adecuadas que permitan satisfacer las necesidades tanto de trabajadores y empleadores.

La importancia de las organizaciones de trabajadores es dar a conocer a la empresa situaciones que permitan mejorar y llevar adelante los objetivos organizacionales, no para paralizar la atención al cliente o cerrar la empresa, más bien, es todo lo contrario los sindicatos de trabajadores deben permitir al empleador conocer las debilidades de la empresa y tomar medidas correctivas sin atentar contra los derechos humanos y laborales.

Para evitar despidos intempestivos la empresa debe tener muy claro el perfil del cargo y cumplir a cabalidad con las exigencias de las leyes laborales con el objetivo de que el personal conozca de antemano que la empresa no está vulnerando sus derechos, lo último que se debería hacer luego de haber agotado todas las instancias es dar por terminado el contrato.

3.4.7. Conflictos laborales.

Se generan conflictos laborales cuando el trabajador o autoridades sienten que sus derechos no son respetados. En ese caso la empresa debería reflexionar sobre:

- Retroalimentar la planeación estratégica encaminada hacia los objetivos de la organización.

- Se está aplicando los procesos adecuados en la aplicación de los beneficios de los trabajadores.
- Se está cumpliendo a cabalidad con lo que establece las leyes, laborales, tributarias y societarias.
- Se está respetando y evidenciando el respeto a los derechos humanos.
- Se promulga la capacitación a todo el personal de modo que permita cumplir con los objetivos estratégicos.

De alguna manera los conflictos ayudan a que la empresa analice su accionar sobre los empleados.

3.4.8. Acciones que se relacionan con las prácticas laborales.

Dentro de las expectativas que se relacionan con las prácticas laborales se podría plantear las siguientes acciones:

- Implementar políticas laborales que genere confianza en el desempeño laboral de hombres y mujeres legalmente reconocidos, que asegure el respeto al derecho de los trabajadores, la igualdad de oportunidades sin discriminación de ninguna clase en ninguna práctica laboral. Así mismo, garantizar que la contratación del personal se lo haga con los organismos oficiales que den cumplimiento a la legalidad del contrato.
- Desarrollar una normativa laboral que sea coherente con las normas internacionales y que proporcione el ingreso a la seguridad social y sus beneficios como es vacaciones, cesantía, fondos de reserva, maternidad, décimo tercera y décimo cuarta remuneración, servicio médico y salud ocupacional.
- Proveer de información oportuna y razonable para el caso de que la organización tenga que realizar cambios operativos que relacionen a empleados con su puesto de trabajo a través de reuniones conjuntas que permitan disminuir el impacto futuro.
- Fomentar el diálogo con el personal y grupos interesados sin obstaculizar la formación de posibles organizaciones de empleados.

- Proporcionar un adecuado proceso y plan de incentivos y remuneraciones en función al valor del trabajo equitativo.
- Elaborar un propicio proceso de reclutamiento y selección del personal para la organización.
- Desarrollar un programa de capacitación en la que participe empleados y autoridades de la organización.
- Implantar y capacitar al personal sobre un plan de seguridad, salud e higiene ocupacional.
- Dotar de implementos de seguridad y equipos de protección personal necesarios para que los trabajadores puedan desempeñar su labor sin riesgo en su salud.
- Llevar un control y registros históricos que permita a la organización conocer sobre accidentes laborales pasados y encaminar posibles planes de acción.

3.4.9. Beneficios para la organización con la aplicación de las prácticas laborales

Luego de aplicar las acciones sobre prácticas laborales, la organización tendría las siguientes mejoras:

- Condiciones laborales decentes donde existe el respeto entre hombres y mujeres.
- Contar con una nómina de personal estable y motivado para cada puesto de trabajo.
- Adecuado clima laboral que garantiza mejores condiciones psicológicas, físicas, intelectuales y menos estresantes para el personal.
- Motivar al empleado con sueldos e incentivos que vayan en función a sus conocimientos y capacitación.
- Contar con una planta profesional cuyo perfil asegure su eficiente desenvolvimiento en función de las condiciones que exige el puesto de trabajo.

- Asegurar que el personal capacitado en cada una de sus ramas de actividad según exija el puesto de trabajo, desempeñe su labor de forma eficiente garantizando mayor efectividad en la atención al cliente.
- Salvaguardar la integridad física y psicológica del personal y grupos de interés en caso de posibles siniestros naturales como terremotos o causados por impericia humana.
- Controlar y evitar posibles riesgos y afectaciones a la salud causada por las actividades laborales.
- Respeto a las normas de salud y seguridad para beneficio del personal y grupos de interés.

3.5. Medio ambiente.

Uno de los desafíos muy grandes de las empresas es disminuir la contaminación para evitar el agotamiento de los recursos naturales y encontrar soluciones para prevenir o reducir el impacto ambiental negativo producido, en búsqueda de disminuir dichos impactos la organización podría adoptar varias actividades, entre otras, tales como:

- Ubicación de calefones, tanques de gas y cañerías en lugares ventilados.
- Separar y manejar todos los desechos orgánicos e inorgánicos como desechos y basuras conforme lo establece las leyes municipales.
- Recambio de artefactos eléctricos y electrónicos en mal estado.
- Extractor de olores y mayor ventilación que garantice la no acumulación de olores y gases tóxicos en el interior de la empresa.
- Las tomas de corriente eléctrica y cables deben ser aprobados por expertos.

3.5.1. Acciones que se relacionan con el medio ambiente.

Dentro de las expectativas que se relacionan con el medio ambiente se podría plantear las siguientes acciones:

- Identificar los aspectos de usos de agua, energía, fuentes de contaminación y residuos provocadas por las actividades de la empresa y observar el impacto con las decisiones tomadas.
- Implementar mecanismos que permitan prevenir la contaminación y disminuir progresivamente la contaminación directa utilizando productos y servicios más amigables con el medio ambiente, considerando indicadores y otros niveles de referencia.
- Involucramiento con la comunidad y grupos de interés para mitigar propuestas de prevención en torno a las emisiones y residuos contaminantes.
- Informar públicamente sobre los efectos que pudieran proporcionar los materiales tóxicos y peligrosos y su incidencia en la salud humana.
- Implementar un plan de emergencias que identifique los peligros, evaluación de riesgos, comunicación y educación al personal y grupos de interés.
- Promover la adquisición y consumo sostenible, así como, reutilizar el agua lo máximo posible y utilizar materiales reciclados.
- Reducir la liberación de emisiones sobre todo las que agotan la capa de ozono generadas por unidades de ventilación, calefacción y aire acondicionado.
- Implementar y desarrollar políticas de diseño y operación que permitan minimizar los posibles impactos ambientales resultantes de las decisiones organizacionales.

3.5.2. Beneficios para la organización con la aplicación del principio del medio ambiente.

Luego de aplicar las acciones que se relacionan con el medio ambiente, la organización tendría las siguientes mejorías:

- Llevar un control del impacto que tiene las políticas ambientales sobre la realidad de la empresa pudiendo medir e informar las fuentes de contaminación que sean significativas, así como, disminuir la contaminación con desechos orgánicos e

inorgánicos, reducir el consumo del agua, consumo de energía y generación de residuos.

- Conocer las fuentes de contaminación ambiental para tomar medidas correctivas y a tiempo.
- Garantizar a los huéspedes, personal y partes interesadas un ambiente seguro, limpio y libre de posibles riesgos a la salud e integridad física.
- Asimilar sobre los posibles daños que pudieran causar los materiales tóxicos y peligrosos en la salud de las personas y grupos de interés, pudiendo estar prevenidos ante cualquier suceso inesperado.
- Evitar la utilización de productos químicos por la ley nacional o no deseados por normativas internacionales.
- Disminuir la contaminación que afecta a la capa de ozono y provoca el efecto invernadero.
- Ahorrar energía disminuyendo su consumo con la compra de bienes que representan eficiencia energética.

3.6. *Prácticas justas de operación.*

Las acciones que refieren la conducta ética de la empresa con respecto al resto de organizaciones podrían observarse a continuación:

- Actividades de anticorrupción.
- Competencia justa no desleal.
- Comportamiento socialmente responsable.
- Buenas relaciones con la competencia y otras organizaciones
- Respeto a la propiedad ajena

Se trata de que la empresa ofrezca sus servicios sin intervenir de manera desleal en el mercado manteniendo las buenas relaciones con los grupos de interés.

3.6.1. Acciones que se relacionan con las prácticas justas de operación.

Dentro de las expectativas que se relacionan con las prácticas justas de operación se podría plantear las siguientes acciones:

- Implementar políticas que permitan informar e identificar los riesgos de corrupción y combatirlas, comenzando con el ejemplo de autoridades quienes proporcionen motivación y compromiso con la implementación de estas políticas.
- Incentivar al personal por los avances que la organización obtenga por el caso de erradicación de sobornos y actividades de anticorrupción, así como el respeto a los derechos de propiedad.
- Dotar de una remuneración adecuada al perfil del cargo y eficiencia del personal dentro de la prestación de servicios de forma legítima.
- Motivar al personal de la empresa y grupos de interés a que se informen sobre tratamientos inmorales e injustos y realizar el debido seguimiento de las acciones. De ser el caso informar a las autoridades competentes sobre posibles violaciones que establece el código penal.
- Evitar hacer contribuciones políticas a terceras personas que traten de influenciar sobre las decisiones de autoridades con el propósito de obtener beneficio privado sobre una causa específica a costa del beneficio ajeno.
- Desarrollar las actividades de la empresa con coherencia ante las leyes, así como establecer mecanismos de salvaguardias que no permitan involucrarse en actos de corrupción.
- Participar activamente con otras organizaciones para tomar consciencia sobre la responsabilidad social así como promover un trato justo en materia de costos y beneficios para la organización.

3.6.2. Beneficios para la organización con la aplicación de las prácticas justas de operación.

Luego de aplicar las acciones que se relacionan con las prácticas justas de operación, la organización tendría las siguientes mejoras:

- Transparencia por parte de autoridades en el manejo de situaciones que generen corrupción en la empresa con el personal y grupos de interés.
- Motivar al personal para que actúe con ética y responsabilidad profesional frente a sus tareas en sus puestos de trabajo disminuyendo posibles actos de corrupción.
- Garantizar que el personal registre los ingresos y salidas de los clientes conforme suceda en la realidad evitando actos de corrupción que comprometa la veracidad de los registros de dinero en la organización.
- Crear un ambiente laboral transparente libre de corrupción y actos inmorales que comprometan a la tranquilidad y buenas relaciones personales y laborales.
- Ser conscientes en todas las actividades de la empresa para no aprovecharse de la realidad social para sacar provecho o beneficio propio.
- Evitar la competencia desleal por parte de otras empresas que brindan el mismo servicio de alojamiento.

3.7. Consumidores.

Mantener las buenas relaciones con los consumidores, clientes y comunidad es parte de la responsabilidad social no solamente en términos de beneficio para la empresa sino buscar atender responsablemente a la sociedad y personas interesadas, para ello, se podría atender a:

- Acciones encaminadas a la educación con información transparente.
- Prácticas de publicidad no engañosa sino real sobre los servicios que ofrece la empresa.
- Ser socialmente responsable con la entrega del servicio a clientes y comunidad.

- Plan de incentivos, descuentos y promociones justas y transparentes.
- Garantizar la seguridad y confort durante la entrega del servicio de hospitalidad al cliente.
- Garantizar la seguridad a la comunidad en cuanto a manejo de líquidos, solventes y sustancias que puedan atentar a la integridad de las personas.

3.7.1. Acciones que se relacionan con los consumidores.

Dentro de las expectativas que se relacionan con los consumidores se podría plantear las siguientes acciones:

- Desarrollar la publicidad y marketing de la empresa de manera transparente que no sea confusa, engañosa o fraudulenta y sobretodo que sea fácilmente accesible. La información sobre el servicio debe atender a las necesidades de los consumidores considerando a las capacidades diferentes o limitadas.
- Informar públicamente de forma transparente y oportuna sobre los aspectos y características de los servicios, precios y costos que ofrece la empresa, así como; las formas de accesibilidad al servicio deben ser exactas.
- Elaborar un manual instructivo que indique las características de las prestaciones en cuanto a costos, seguridad, financiamientos así como información específica y detallada de todos los servicios que ofrece la organización.
- Brindar información y comunicación adecuada, clara y comprensible para que los consumidores conozcan la realidad de los servicios que presta la organización evitando la creación de estereotipos de religión, sexo, raza o alguna relación personal a través de la publicidad.
- Manejar en las redes sociales cuentas propias de la institución para difundir los servicios.
- Informar de manera precisa sobre la micro y macro localización de la empresa, teléfonos, números de celular, dirección exacta de correo electrónico y redes sociales.

Tener muy claro el asunto del comercio electrónico ya que de ser el caso se colocarían videos, fotografías o audio de los servicios que ofrece la organización.

- Utilizar contratos que no incluyan términos de injusta exclusión de responsabilidad más bien proporcionen información suficiente y clara sobre términos, condiciones, precios y duración del contrato.
- Ofrecer servicios que sean seguros para los huéspedes así como velar por la seguridad ajena de vecinos, comunidad y medio ambiente. Así mismo, instruir a los consumidores sobre zonas específicas en las instalaciones de posibles riesgos que pudiera atentar a su seguridad e integridad física y sepan tomar las medidas preventivas necesarias.
- Mantener los servicios que garanticen contribuir al desarrollo sostenible del medio ambiente pudiendo satisfacer las necesidades de la organización en la entrega del servicio pero sin comprometer la plena satisfacción del otro.
- Establecer las medidas adecuadas que permitan analizar, prevenir y mejorar las prácticas de resolución de quejas.
- Evitar la recopilación de datos personales y privados para fines comerciales o distintos de aquellos especificados y limitar dicha información para no infringir sobre la privacidad a no ser que sea proporcionada bajo el consentimiento voluntario y responsabilidad del consumidor. Así mismo, la organización debería establecer las salvaguardias suficientes para proteger la información personal de los consumidores.

3.7.2. Beneficios para la organización con la aplicación del principio de los Consumidores.

Luego de aplicar las acciones relacionadas con los consumidores, la organización tendría las siguientes mejoras:

- Garantizar la plena satisfacción de los clientes en la venta de los servicios de alojamiento evitando engaños que pueden generar decepción de las partes interesadas.
- Favorecer a la toma de decisiones del consumidor frente a una realidad de servicios y publicidad que pudiera encontrar.

- Evitar confusiones en los consumidores sobre los servicios que presta la organización debido a las múltiples cuentas de usuario generadas por las personas que laboran en la empresa y que publican en redes sociales.
- Atraer a consumidores extranjeros, locales y nacionales permitiendo orientarles sobre los servicios de alojamiento que ofrece la organización.
- Facilitar a los consumidores a que puedan contratar los servicios que ofrece la empresa de manera ágil y segura.
- Generar en el cliente la confianza y satisfacción en la prestación del servicio de alojamiento.
- Dar apertura a que los huéspedes y grupos de interés puedan expresar sus opiniones relativas al servicio que recibieron considerando también la atención al cliente.
- Brindar seguridad a los consumidores con la protección de sus datos e información personal.

3.8. Comunidad.

3.8.1. Acciones que se relacionan con la comunidad.

Dentro de las expectativas que se relacionan con la comunidad se podría plantear las siguientes acciones:

- Participar en reuniones de asociaciones locales y consultarles con el fin de contribuir con el bienestar de las comunidades y priorizar las perspectivas de inversión que la organización pudiera realizar con el objetivo de mejorar las prestaciones empresariales observando a los grupos vulnerables, discriminados o marginados y respetar sus derechos.
- Mantener las buenas relaciones con autoridades locales y grupos políticos evitando las influencias indebidas y actuaciones inmorales que irrespeten los derechos de los miembros de la comunidad.
- Participar y contribuir con el desarrollo de políticas que permitan un seguimiento y evaluación de planes de desarrollo para la comunidad, respetando las opiniones ajenas y respaldando las propias.

- Involucrarse en actividades que puedan mejorar la calidad de la educación sin olvidar generar oportunidades para los grupos discriminados o vulnerables.
- Mantener la transparencia de los contratos evitando la explotación y trabajo infantil.
- Reconocer y promover las actividades, costumbres y tradiciones culturales respetando a los derechos humanos.
- Promover y proteger el patrimonio cultural con el propósito de garantizar un desarrollo sostenible en el sector donde habita la empresa.
- Analizar la posibilidad de crear empleo directo a través de contrato fijo en lugar de simples acuerdos de empleo por temporada u ocasión.
- Contribuir con el desarrollo de tecnologías que permitan solucionar posibles problemas sociales o ambientales propios de la comunidad e involucrarse con otros tipos de organizaciones que ayuden al desarrollo tecnológico.
- Dar preferencia a proveedores locales para contribuir con su desarrollo y de ser el caso considerar fortalecer sus capacidades considerando la atención a los grupos desfavorecidos.
- Apoyar a las personas u organizaciones que traen ciertos productos o servicios que son útiles para el bienestar de la comunidad.
- Ayudar a incentivar sobre las consecuencias de enfermedades como el cáncer, sida, obesidad, entre otros, para que la sociedad tome consciencia y actúe de manera responsable.

3.8.2. Beneficios para la organización con la aplicación del principio de la comunidad.

Luego de aplicar las acciones relacionadas con la comunidad, la organización tendría las siguientes mejorías:

- Ofrecer servicios de hospitalidad de forma adecuada a los grupos vulnerables y discriminados considerando las necesidades del sector.

- Garantizar que las actividades de prestación del servicio que ofrece la empresa sean transparentes y ofrezcan una plena satisfacción y tranquilidad en los miembros de la comunidad.
- Conectar las actividades y servicios que ofrece la organización con las actividades culturales de la comunidad.
- Estabilidad y seguridad en el puesto de trabajo.
- Participar con la comunidad en tareas o actividades que puedan ayudar al desarrollo de tecnologías.
- Contribuir con el desarrollo de los proveedores locales para que tengan un mejor nivel de vida.
- Concientizar a la comunidad sobre las consecuencias de adquirir una enfermedad catastrófica y ayudar a disminuir el índice de pacientes.

3.9. Plan de acción para la implementación del sistema de gestión con responsabilidad social empresarial.

Luego de realizar las políticas de acción y beneficios, a continuación se detalla un plan de acción que la organización podría implementar como sistema de gestión con responsabilidad social.

Tabla 9. Programa de acción para implementación de sistema de gestión con RS

OBJETIVO 1						
Obtener un gobierno corporativo en la organización que permita realizar sus actividades de servicio con responsabilidad social.						
ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	FECHA	RECURSOS MATERIALES/ TECNOLÓGICOS	RESPONSABLES	COSTOS	INDICADORES
i. Elaborar un plan estratégico	- Realizar un diagnóstico situacional de la organización	Inicia 2/5/15 Termina 25/6/15	- Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis	- Autoridades y directivos - Personal - Empleados - Un miembro de	- \$50	- Plan estratégico institucional - Misión - Visión - Valores

	que incluya la misión, visión, objetivos, foda, estrategias, metas, actividades y responsables		<ul style="list-style-type: none"> - Redes sociales - Sala reuniones 	cada sector de la comunidad		<ul style="list-style-type: none"> corporativos - Objetivos - Metas estratégicas
	- Elaborar un manual de funciones que incluya la organización departamental, organigrama funcional, funciones y obligaciones del personal de cada departamento	<p>Inicia 28/6/15</p> <p>Termina 22/8/15</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Salón de reuniones 	<ul style="list-style-type: none"> - Autoridades y directivos - Personal - Empleados - Un miembro de cada sector de la comunidad 	- \$60	- Manual de funciones organizacional
2. Crear un sistema contable transparente	- Reuniones con el departamento contable y autoridades de la empresa para determinar las necesidades de la contabilidad y programa informático a ser adquirido.	<p>Inicia 25/8/15</p> <p>Termina 5/9/15</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Salón de reuniones 	<ul style="list-style-type: none"> - Autoridades y directivos - Contador - Auxiliar contable - Técnico asesor 	- \$400	- Adquisición e implantación del software contable y administrativo.
	- Adquirir e implementar el sistema contable y software que sirva de	<p>Inicia 8/9/15</p> <p>Termina 18/9/15</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Laptop - Correo electrónico - Redes 	<ul style="list-style-type: none"> - Autoridades y directivos - Contador - Auxiliar contable - Técnico asesor 	- \$1500	

	soporte y apoyo a la contabilidad.		<ul style="list-style-type: none"> - Software contable 			
3. Implantar procesos de comunicación interna	- Generar una comunicación vertical en la organización	<p>Inicia 15/6/15</p> <p>Termina 25/6/15</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Autoridades - Administrador - Técnico en informática 	- \$20	- Estructura de comunicación organizacional
	- Utilizar medios informáticos en la comunicación interna. Se puede utilizar las redes sociales como twitter, facebook, wikis, correo electrónico institucional, canales de youtube. También se puede realizar reuniones conjuntas, conferencias, charlas, boletines informativos.	<p>Inicia 30/6/15</p> <p>Termina 30/8/15</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - YouTube - Boletines - Hojas volantes - Salón de reuniones 	<ul style="list-style-type: none"> - Administrador - Técnico en informática 	- \$40	- Comunicación interna con utilización de tecnologías
4. Implementar un código de ética	- Reuniones conjuntas con el personal y grupos de interés para elaborar el código de ética. Considerar	<p>Inicia 10/5/15</p> <p>Termina 15/6/15</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Salón de 	<ul style="list-style-type: none"> - Autoridades y directivos - Personal - Empleados - Un miembro de cada sector de la comunidad - Asesor 	- \$500	- Elaboración del código de ética

	un representante al menos de cada grupo o departamento		reuniones			
	- Elaborar el manual que contenga actividades, funciones y responsabilidades en base a la ética considerando el respeto a los derechos humanos y principios de legalidad para las actividades de la organización.	Inicia 28/6/15 Termina 25/8/15	- Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Salón de reuniones - Cuerpo de leyes sobre ética	- Autoridades y directivos - Personal - Empleados - Un miembro de cada sector de la comunidad - Asesor	- \$500	
5. Elaborar memorias de sostenibilidad	- Realización de evidencias físicas de todas las actividades que desarrolla la organización. Para ello, realizar reuniones con el personal, autoridades y grupos de interés.	Inicia 10/12/15 Termina 20/12/15	- Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Salón de reuniones - Cámaras fotográficas y video	- Directivos - Administrador - Personal - Empleados - Un miembro de cada sector de la comunidad	- \$40	- Memorias de sostenibilidad
	- Permitir auditorías de las memorias para garantizar su	Inicia 22/5/15 Termina 30/6/15	- Laptop - Correo electrónico - Memorias de	- Autoridades y directivos - Personal - Empleados	- \$500	- Procesos de auditoría

	veracidad.		sostenibilidad	- Perito en auditoria		
OBJETIVO 2						
Desarrollar las actividades de servicio en la empresa respetando los derechos humanos de los miembros de la organización y grupos de interés.						
ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	FECHA	RECURSOS MATERIALES	RESPONSABLES	COSTOS	INDICADORES
I. Crear e implementar una política de derechos humanos, legítima, accesible y transparente	- Reuniones conjuntas con un asesor externo sobre derechos humanos.	Inicia 30/8/15 Termina 15/9/15	- Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Salón de reuniones - Cuerpo de leyes sobre derechos humanos	- Autoridades - Directivos - Administrador - Asesor	- \$500	- Reuniones con perito en derechos humanos.
	- Elaborar y redactar un manual de derechos humanos que sea aplicable a la organización.	Inicia 17/9/15 Termina 20/10/15	- Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Salón de reuniones - Cámara fotográfica	- Autoridades - Directivos - Administrador - Asesor	- \$500	- Manual de derechos humanos
	- Evaluar las actividades como resultado de la aplicación de las políticas de derechos humanos.	Inicia 22/12/15 Termina 30/12/15	- Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Cuerpo de leyes de derechos	- Autoridades - Directivos - Administrador - Personal	- \$20	- Evaluación de actividades

			humanos - Manual de derechos humanos			
	- Publicar los resultados del impacto de las políticas de derechos humanos en la organización.	Inicia 5/1/16 Termina 10/1/16	- Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Página web	- Administrador - Personal	- \$20	- Evidencias de publicación de resultados.

OBJETIVO 3

Aplicar procesos eficientes en las prácticas laborales con responsabilidad social que permita un pleno desarrollo del trabajador.

ESTRATEGIAS (como realizar)	ACTIVIDADES	FECHA	RECURSOS MATERIALES	RESPONSABLES	COSTOS	INDICADORES
I. Implementar políticas laborales que cumplan con los organismos de control legal y sea coherente con las normas internacionales de trabajo.	- Generar las órdenes de entrada al IESS a todo el personal sin discriminación de ninguna clase.	Inicia 30/8/15 Termina 15/9/15	- Papel bond - Laptop - Sistema del IESS	- Administrador - Contador - Auxiliar de contabilidad	- \$20	- Ordenes de entrada del IESS.
	- Implementar un adecuado proceso de reclutamiento y selección de personal.	Inicia 3/9/15 Termina 2/10/15	- Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Periódicos - Manual de funciones	- Administrador - Talento humano	- \$20	- Plan de reclutamiento y selección del personal.
	- Implantar un plan de incentivos y remuneraciones.	Inicia 15/9/15 Termina 14/10/1	- Laptop - Correo electrónico - Redes	- Administrador - Talento humano	- \$20	- Plan de incentivos y remuneraciones.

	es.	5	<ul style="list-style-type: none"> - sociales - Código de trabajo - Manual de funciones 			
	- Desarrollar un programa de capacitación.	<p>Inicia 16/10/15</p> <p>Termina 20/11/15</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Redes sociales - Skype - Manual de funciones 	<ul style="list-style-type: none"> - Administrador - Talento humano 	- \$2500	- Programa de capacitación.
	- Elaborar e implementar un plan de seguridad, salud e higiene ocupacional.	<p>Inicia 2/10/15</p> <p>Termina 5/11/15</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Laptop - Correo electrónico - Redes sociales - Infraestructura de la empresa - Planos de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Administrador - Talento humano - Perito en seguridad laboral 	- \$1500	- Plan de seguridad, salud e higiene laboral.
	- Llevar un control de registros históricos sobre accidentes laborales.	<p>Inicia 6/11/15</p> <p>Termina 30/12/15</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Laptop - Correo electrónico - Redes sociales - Registros de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Administrador - Talento humano 	- \$50	- Evidencias de registros históricos sobre accidentes laborales.
2. Proveer información oportuna y razonable como resultado del diálogo sobre las decisiones adoptadas en	- Establecer reuniones conjuntas con el personal para tratar temas laborales, derechos y obligaciones.	<p>Inicia 15/9/15</p> <p>Termina 14/10/15</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Salón de reuniones 	<ul style="list-style-type: none"> - Administrador - Talento humano - Personal 	- \$50	- Evidencias de reuniones conjuntas.

materia de prácticas laborales.			- Código laboral			
	- Informar públicamente las acciones realizadas en materia laboral.	Inicia 22/11/15 Termina 26/11/15	- Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Boletines	- Administrador - Talento humano - Personal	- \$20	- Evidencias de la comunicación de las acciones realizadas.

OBJETIVO 4

Disminuir el impacto y contaminación ambiental generada por las actividades que desarrolla la organización en la prestación de servicios garantizando un desarrollo sostenible del medio ambiente.

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	FECHA	RECURSOS MATERIALES	RESPONSABLES	COSTOS	INDICADORES
I. Implementar políticas operativas que permitan minimizar impactos ambientales resultantes de las decisiones organizacionales.	- Implantar un plan de emergencias que identifique los peligros y, evaluación de riesgos.	Inicia 2/10/15 Termina 5/11/15	- Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Redes sociales - Infraestructura de la empresa - Registros de la empresa	- Administrador - Talento humano - Perito en seguridad laboral	- \$500	- Resultados de la evaluación de riesgos.
	- Involucrar a la comunidad y grupos de interés para mitigar propuestas de prevención en torno a las emisiones y residuos contaminantes.	Inicia 6/11/15 Termina 20/12/15	- Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Redes sociales - Boletines - Salón de reuniones	- Autoridades - Directivos - Administrador - Personal - Comunidad o un representante	- \$100	- Evidencias de reuniones entre comunidad y grupos de interés.

	- Informar públicamente sobre los resultados obtenidos en reuniones, charlas y otros entre empresa, comunidad y grupos interesados en materia ambiental.	Inicia 3/1/16 Termina 5/1/16	- Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Página web - Salón de reuniones - Boletines	- Autoridades - Directivos - Talento humano - Administrador - Personal - Comunidad o un representante - Marketing	- \$50	- Evidencias de publicación de resultados obtenidos.
--	--	---------------------------------	--	---	--------	--

OBJETIVO 5

Promover acciones transparentes en las actividades que desarrolla la empresa originando prácticas justas en la prestación de servicios de la organización.

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	FECHA	RECURSOS MATERIALES	RESPONSABLES	COSTOS	INDICADORES
I. Implementar políticas que permitan informar e identificar los riesgos de corrupción y combatirlas.	- Establecer mecanismos de salvaguardia que no permitan a la organización involucrarse en actos de corrupción.	Inicia 17/11/15 Termina 20/10/15	- Correo electrónico - Redes sociales	- Autoridades - Directivos - Administrador - Personal - Comunidad o un representante	- \$50	- Evidencias de políticas de salvaguardias anticorrupción
	- Participar con otras organizaciones para tomar consciencia sobre RS.	Inicia 22/10/15 Termina 3/11/15	- Laptop - Correo electrónico - Redes sociales - Salón de reuniones	- Autoridades - Directivos - Administrador - Personal - Comunidad o un representante	- \$100	- Evidencias de participación con otras organizaciones.
	- Motivar e informar al personal de la empresa y grupos de interés sobre	Inicia 6/11/15 Termina 25/11/15	- Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Redes	- Autoridades - Directivos - Administrador - Personal - Comunidad o un	- \$100	- Evidencias de las actividades de motivación sobre temas de moralidad

	tratamientos inmorales e injustos y realizar el debido seguimiento a las acciones.		<ul style="list-style-type: none"> - Trípticos - Boletines - Salón de reuniones 	representante		y justicia.
--	--	--	--	---------------	--	-------------

OBJETIVO 6

Mantener las excelentes relaciones con los consumidores y comunidad permitiendo favorecer a la satisfacción de necesidades de la organización y grupos interesados.

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	FECHA	RECURSOS MATERIALES	RESPONSABLES	COSTOS	INDICADORES
I. Elaborar políticas que permitan las mejores relaciones personales, sociales, culturales y económicas de la organización con los consumidores y la comunidad.	- Elaborar un manual instructivo que indique las características de las prestaciones que ofrece la empresa.	Inicia 7/9/15 Termina 17/9/15	<ul style="list-style-type: none"> - Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Página web - Boletines - Trípticos - Plan estratégico de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Autoridades - Directivos - Administrador - Talento humano 	- \$100	- Manual instructivo.
	- Generar información, publicidad y marketing adecuada, clara, comprensible, oportuna y detallada.	Inicia 20/9/15 Termina 3/10/15	<ul style="list-style-type: none"> - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Página web - Boletines - Trípticos - Cuña publicitaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Administrador - Marketing 	- \$100	- Evidencias de la publicidad detallada y clara.
	- Establecer las medidas adecuadas	Inicia 20/9/15	<ul style="list-style-type: none"> - Correo electrónico - Wikis 	<ul style="list-style-type: none"> - Administrador - Marketing - Talento humano 	- \$50	- Evidenciar las medidas adoptadas en

	que permitan analizar, prevenir y mejorar las prácticas de resolución de quejas.	Termina 3/10/15	- Redes sociales - Página web - Buzón de quejas			la práctica de resolución de quejas.
	- Establecer las medidas suficientes que permitan proteger la información personal de los consumidores.	Inicia 20/9/15 Termina 3/10/15	- Código de ética - Cuerpo de leyes sobre derechos humanos - Correo electrónico - Redes sociales - Página web	- Administrador - Marketing - Talento humano	- \$50	- Medidas de protección de información personal.
	- Participar en reuniones de asociaciones locales para mejorar las prestaciones empresariales tomando en cuenta a los grupos vulnerables, discriminados o marginados y respetar sus derechos.	Inicia 10/10/15 Termina 15/10/15	- Correo electrónico - Redes sociales - Salón de reuniones	- Administrador - Personal	- \$100	- Evidencias de reuniones conjuntas.
	- Incentivar sobre las consecuencias de enfermedades como el sida, cáncer, entre otros, para que la	Inicia 10/10/15 Termina 15/10/15	- Papel bond - Laptop - Correo electrónico - Wikis - Redes sociales - Boletines	- Administrador - Marketing - Talento humano	- \$100	- Evidencias sobre las medidas de motivación adoptadas.

	sociedad tome conciencia y actúe de manera responsable.		- Salón de reuniones			
	- Dar preferencia a proveedores locales para contribuir con su desarrollo y fortalecer sus capacidades.	Inicia 30/9/15 Termina 23/12/15	- Código de ética - Planeación estratégica institucional	- Directivos - Administrador - Marketing - Talento humano	- \$50	- Proveedores locales.
	- Reconocer y promover las actividades, costumbres y tradiciones culturales respetando a los derechos humanos.	Inicia 30/9/15 Termina 23/12/15	- Correo electrónico - Redes sociales - Página web institucional - Salón de reuniones	- Directivos - Administrador - Marketing - Talento humano	- \$100	- Evidencias de actividades desarrolladas.
	- Participar y contribuir con el desarrollo de políticas que permitan un seguimiento y evaluación de planes de desarrollo para la comunidad, respetando las opiniones ajenas y respaldando las propias	Inicia 30/9/15 Termina 23/12/15	- Código de ética - Cuerpo de leyes de los derechos humanos - Salón de reuniones	- Directivos - Administrador - Talento humano - Comunidad o un representante	- \$100	- Evidencias de actividades desarrolladas.

Fuente: Empresa

Elaborado por: El Autor

CONCLUSIONES

Luego de desarrollar el presente trabajo de investigación se podría llevar a cabo las siguientes conclusiones finales:

- Se ha establecido una propuesta de gestión con responsabilidad social para lo cual la guía de RS desarrollada en éste trabajo de investigación integra las siete materias fundamentales que establece la norma ISO 26000 como es el gobierno corporativo, los derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, los consumidores y la comunidad.
- Durante el desarrollo de la tesis se ha observado que existe cierto temor a adquirir responsabilidades por parte de los grupos de interés para lo cual con la implantación de la presente guía de RS la organización podría mejorar las relaciones con los grupos de interés y sobretodo identificar y establecer compromisos entre empresa y stakeholders que más adelante podrían convertirse en beneficios para todas las partes interesadas.
- Con el sistema de gestión con RS propuesto en la presente tesis y su propuesta de implementación de la guía de RS se puede dejar de lado pensar en centrarse en los intereses personales y adoptar estrategias y ventajas que conllevan a la innovación y creatividad de directivos para la supervivencia de la empresa sin olvidarse de la crisis ambiental y social.
- Con el sistema de gestión con RS propuesto en la tesis la organización podría establecer, implementar y mejorar el grado de satisfacción y confianza con los grupos de interés evitando niveles de conflicto y sobretodo establecer elevados niveles de confianza y ganar mayor credibilidad de las partes interesadas.
- La guía de RS permite que la empresa y grupos de interés trabajen de manera sincronizada pensando en el bienestar común y no individual. Permite satisfacer las necesidades de los clientes sin comprometer el bienestar de los grupos de interés.

RECOMENDACIONES

Luego de desarrollar el presente trabajo de investigación se podría llevar a cabo las siguientes recomendaciones:

- La organización podría llevar a cabo las acciones que se proponen en éste trabajo de investigación cuyos beneficios van direccionados para la misma empresa y grupos de interés desde el punto de vista de responsabilidad social empresarial.
- Se puede llevar a cabo el sistema de gestión con responsabilidad social que se encuentra propuesto en éste trabajo de investigación, mismo que se fundamenta en la norma ISO 26000 y que se encuentra a nivel de recomendación para apoyar la gestión de la organización.
- La organización podría llevar a cabo la guía de responsabilidad social que se encuentra desarrollado en el presente trabajo de investigación que serviría como una herramienta de apoyo que ayudaría a la empresa a pasar de las buenas intenciones a las buenas acciones.
- La presente guía de RS ha sido desarrollada con el propósito de apoyar y orientar la gestión de las actividades de la organización permitiendo comprometer a directivos y partes interesadas a realizar un trabajo conjunto, ordenado y transparente que permita obtener beneficios pensando en el impacto social y ambiental sin comprometer la plena satisfacción de futuras generaciones.
- Implantar el sistema de gestión con RS ayudaría mucho a la organización a establecer las buenas relaciones con los stakeholders y sobretodo se empezaría a cambiar de mentalidad a ésta sociedad local y nacional a cerca de las prácticas organizacionales y de alguna manera empezar a ganar confianza con éstas partes interesadas a través de sus demostraciones culturales, políticos, sociales y económicas.
- Los beneficios que se podrían alcanzar con la implementación de la presente guía va a depender del grado de involucramiento de cada uno de los actores de la organización y de las partes interesadas por tal motivo es importante el proceso motivacional que lleve a cabo la empresa para obtener los mejores resultados.

BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIA DE LIBROS

- Barrera, E., García de la Torre, C., Lozano, J., Raufflet, E., (2012) “Responsabilidad Social Empresarial” primera edición, Pearson, México.
- Borello, A. (1994). El Plan de Negocios. España: Ed. Díaz de Santos.
- Cortina, A. (1994), *Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial*, Madrid, Trotta, 1994.
- Daft, Richard L. (2010). Introducción a la Administración. (6ª ed.) México: Cengage.
- Da Silva, R. (2002). Teoría de la Administración. México: Thompson.
- Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade, Pág. 257.
- Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, de Kotler Philip, Prentice Hall, Pág. 7.
- Dueñas, R., Morillo, M., Yépez, I. (2011). Empresas con Responsabilidad Corporativa. Editorial: Ediecuatorial. Quito. Ecuador.
- Fernández, E. (2005). Introducción a la Gestión. España: Ed. Universidad Politécnica de Valencia.
- Finch, J. (1996). Administración. México: Pearson Educación. Hitt, M. (2006). Administración. México: Pearson Educación.
- Franklin Fincowsky, Enrique B. (2009). Organización de Empresas. (3ªed.) México: McGraw-Hill.
- Hellriegel, D., Jackson, E., y Slocum, W. Jr. (2011). Administración: Un enfoque basado en competencias. Cengage Learning. México.
- Horton, D. (2008). Evaluación del Desarrollo de Capacidades. Colombia: Ed. CIAT.

- Koontz, Harold, y Weihrich, Heinz. (2004). Administración; una perspectiva global. (7ª ed.) México: McGraw-Hill.
- Navarro, García (2012). Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica. (2º ed.) Madrid: Esic Editorial
- Prahalad, C.K. (2005). La oportunidad de los negocios en la base de la pirámide. (19 ed.) Bogotá: Grupo Editorial Norma
- Robbins, Stephen P., Coulter Mary. (2005). Administración. (8ª ed.) México: Pearson
- Rodríguez, J. (2002). Administración de Pequeñas y Mediana Empresas. México: Ed. Thomson.

REFERENCIA ELECTRÓNICA

- Gestipolis.com. Recuperado de: <http://www.gestipolis.com/administracion-estrategia-2/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales.htm> consultado el 20 de Octubre 2014.
- Global Reporting Initiative, 2009. Recuperado de: <http://www.globalreporting.org/>. Consultado el 3 de Diciembre de 2014.
- Es.slideshare.net. Recuperado de: <http://es.slideshare.net/guest599064/que-es-foda#> Consultado el 20 de Noviembre de 2014.
- Telpin.com.ar. Recuperado de: <http://www.telpin.com.ar/interneteducativa/Proyectos/2006/LASEMPRESAS/Pagina4.htm> Consultado el 25 de Noviembre de 2014.

ANEXO I

UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

Encuesta dirigida a los turistas de la Ciudad

Objetivo: Conocer las necesidades y grado de satisfacción de los turistas

Fecha:

MARQUE CON UNA "X" EN EL CASILLERO QUE MÁS SE ACERQUE A SU REALIDAD

1. ¿Cuántos hostales conoce Usted en Cuenca?

Cero Uno Dos tres Más de tres

2. ¿Qué hostel es de su mayor preferencia?

Santa Mónica	<input type="checkbox"/>	Colonial	<input type="checkbox"/>
La Castellana	<input type="checkbox"/>	Río Piedra	<input type="checkbox"/>
Posada del Angel	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

3. Especifique el servicio del hostel La Castellana que necesite mejorar.

Cafetería	<input type="checkbox"/>	Camareros	<input type="checkbox"/>
Atención al cliente	<input type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>
Recepción	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cree usted que la señalización en el hostel es?

Existe Poco Muy Poco No Existe

5. ¿Cree usted que el diseño de la infraestructura garantiza la seguridad del personal y huéspedes?

Si No Por qué

6. ¿Piensa usted que la publicidad que tiene el hostel es?

Bastante Normal Poco Muy Poco

7. ¿Cómo considera Usted en cuanto a la calidad del servicio que presta el hostel la Castellana, comparado con cualquier otra de la Ciudad?

Excelente Muy Bueno Bueno Puede mejorar

8. ¿Existen demoras frecuentes en la atención al cliente que presta el hostel Castellana?

Si No

9. Indique la preferencia de habitación según su necesidad

Sencilla Doble Triple Cuádruple

10. ¿Está Usted de acuerdo que el Hostel la Castellana se encuentra ubicada en una zona de la Ciudad ideal y atractiva para el turismo garantizando el confort y tranquilidad entre sus huéspedes?

Si No Por qué

11. ¿Cree Usted que el personal que labora en el hostel necesita capacitación?

Bastante Poco Muy Poco Nada

12. Indique el área en el que el personal debería capacitarse

Relaciones Humanas <input type="checkbox"/>	Comunicación Organizacional <input type="checkbox"/>
Atención al cliente <input type="checkbox"/>	Tecnologías informáticas <input type="checkbox"/>
Emprendimiento <input type="checkbox"/>	Seguridad Ocupacional <input type="checkbox"/>
	Otros <input type="checkbox"/>

13. ¿Cree Usted que la institución debería crear y aplicar un plan de incentivos y mejorar la política salarial para mejorar la atención al cliente?

Si No