



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE MAGÍSTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**Diseño de un Modelo de Balance Social y Responsabilidad Social
Empresarial, para el hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja año 2015.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Guarnizo Fernández, Tatiana Elizabeth

DIRECTORA: Tapia Carreño, Karla Gabriela, Mgs.

CENTRO UNIVERSITARIO LOJA

2016



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

Febrero, del 2016

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Mgs.

Karla Gabriela Tapia Carreño

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación, denominado: Diseño de un modelo de balance social y responsabilidad social empresarial, para el hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja año 2015 realizado por Guarnizo Fernández Tatiana Elizabeth, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

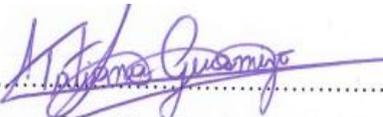
Loja, febrero de 2016.

f) .....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Guarnizo Fernández Tatiana Elizabeth declaro ser autora del presente trabajo de titulación Diseño de un modelo de balance social y responsabilidad social empresarial, para el hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja año 2015, de la Titulación de Maestría en Gestión Empresarial, siendo Karla Gabriela Tapia Carreño directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos y 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 o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f) .....

Autora: Guarnizo Fernández Tatiana Elizabeth

Cédula: 1104613995

DEDICATORIA

El presente trabajo va a dedicado a Dios, porque él ha sido mi fortaleza en todos los momentos cruciales de mi vida, guiándome por el buen camino, ayudándome con su infinito amor a salir adelante sin desmayar antes las dificultades.

A mis padres por brindarme su apoyo económico y moral, en especial a mi madre por ser ejemplo de mujer, por ser mi soporte y mi principal motivación para continuar superándome, mi madre la persona que ha estado en todos los momentos de mi vida que me apoyado incondicionalmente en todas las circunstancias sin cuestionar mis decisiones, mi razón de ser, demostrándome todos los días su don de persona y su amor eterno.

A mi novio Diego, a esa persona especial e inolvidable, que llena cada día mi vida de amor y alegría, que ha sabido ser mi soporte moral y económico en esta etapa tan importante, que con su amor y apoyo incondicional me ha motivado a salir adelante.

A mis hermanos, sobrinas y demás familiares que estuvieron apoyándome de una u otra forma, durante toda la realización del trabajo investigativo.

AGRADECIMIENTO

Dejo constancia de mi perdurable agradecimiento a la Universidad Técnica Particular de Loja, por brindarme la oportunidad de estudiar y obtener un título a nivel de postgrado, deseo de manera especial hacer extensible un agradecimiento muy sincero a mi Directora de Tesis la Magister Karla Gabriela Tapia Carreño, quien en forma responsable y con dedicación, ha sabido orientarme en todo momento haciendo posible la culminación del presente trabajo investigativo, así mismo a todos los profesores de la Maestría en Gestión Empresarial, que transmitieron los conocimientos necesarios para mi vida profesional, finalmente y no menos importante agradezco al Hotel Howard Johnson por darme la apertura para realizar el presente trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS Y FOTOS.....	xiii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I.....	5
1. Tema: Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	5
1.1. Origen y evolución de la responsabilidad social empresarial.....	6
1.2. Definición de RSE.....	7
1.3. Organismos que promueven la RSE en el Ecuador.....	8
1.3.1. CERES.....	8
1.3.2. IRSE.....	9
1.4. Responsabilidad Social de las empresas.....	10
1.5. Razones estratégicas y éticas para desarrollar la RSE.....	11
1.6. Alcances de la responsabilidad social empresarial.....	13
1.7. Niveles de la responsabilidad social empresarial.....	14
1.8. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial.....	16
1.8.1. Dimensión interna.....	17
1.8.2. Dimensión externa.....	18
1.9. Beneficios al aplicar la responsabilidad social empresarial.....	19
1.10. Principios, Instrumentos e Indicadores para la gestión de la RSE.....	21
1.10.1. Principios para la gestión de la RSE.....	21
1.10.2. Instrumentos de gestión de la RSE.....	23

1.10.3. Indicadores para la gestión de la R.S.E.....	25
CAPÍTULO II.....	27
2. Tema: El Balance Social como instrumento de la RSE.....	27
2.1. Definición de balance social.....	28
2.2. Objetivos del balance social.....	29
2.3. Ventajas del balance social.....	29
2.4. Requerimientos básicos para implementar el balance social.....	30
2.5. Modelo del balance social propuesto por la OIT.....	31
2.6. Tipología del balance social.....	34
2.6.1. Según el destinatario.....	34
2.6.2. Según su utilidad o finalidad.....	34
2.6.3. Según quienes lo laboral.....	35
2.6.4. Según la obligatoriedad lega.....	35
2.6.5. Según el método empleado para su elaboración.....	35
2.7. Criterios para la elaboración del balance social.....	36
2.8. Presentación de los resultados del balance social.....	37
CAPÍTULO III.....	39
3. Tema: Metodología de la investigación	39
3.1. Principales hoteles que ofrecen alojamiento en la ciudad de Loja.....	40
3.2. Datos generales del hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja.....	41
3.3. Descripción del hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja.....	41
3.4. Misión y Visión del hotel Howard Johnson.....	41
3.5. Estructura organizacional básica del hotel Howard Johnson.....	42
3.6. Productos y servicios del hotel Howard Johnson.....	42
3.7. Políticas de calidad del hotel Howard Johnson.....	43
3.8. Estudio de mercado.....	43
3.9. Título del proyecto.....	44
3.10. Objetivos.....	44
3.10.1 Objetivo general.....	44
3.10.2 Objetivos específicos.....	44
3.11. Hipótesis.....	44
3.12. Variables de la hipótesis.....	44
3.13. Metodología de la investigación.....	44

3.14.	Tipo y diseño de la investigación.....	45
3.15.	Método de la investigación.....	45
3.16.	Población y muestra.....	45
3.17.	Técnicas para la recolección de la información.....	46
3.18.	Estado de la RSE en el hotel Howard Johnson.....	46
3.19.	Tratamiento y análisis de datos.....	47
3.20.	Análisis y presentación de resultados.....	47
3.20.1.	Análisis y resultados de las encuestas aplicadas.....	47
3.21.	Análisis general de los puntos más fuertes del estudio realizado.....	77
CAPÍTULO IV.....		78
4.	Tema: Diseño de un modelo de balance social y RSE para el hotel.....	78
4.1.	Introducción.....	79
4.2.	Diseño de un modelo de balance social para el Howard Johnson.....	79
4.2.1.	Objetivos.....	79
4.2.2.	Alcance.....	80
4.2.3.	Informe del balance social del hotel Howard Johnson.....	80
4.2.4.	Características del modelo de balance social.....	89
4.2.5.	Estructura.....	90
4.2.6.	Modelo del balance social para el hotel Howard Johnson.....	91
4.3.	Memoria de sostenibilidad para el hotel Howard Johnson.....	95
4.3.1.	Objetivos.....	95
4.3.2.	Alcance.....	96
4.3.3.	Mensaje del gerente del hotel.....	96
4.3.4.	Antecedentes del hotel Howard Johnson.....	97
4.3.5.	Imagen corporativa.....	98
4.3.6.	Identidad corporativa.....	99
4.3.7.	Objetivos del hotel.....	100
4.3.8.	Organigrama del hotel Howard Johnson.....	101
4.3.9.	Estructura del gobierno corporativo del hotel.....	101
4.3.10.	Productos y servicios del hotel Howard Johnson.....	102
4.3.11.	Grupos de interés o stakeholders del Howard Johnson.....	104
4.3.12.	Premios o menciones del hotel Howard Johnson.....	106
4.3.13.	Mecanismo de comunicación utilizados por el hotel.....	107
4.3.14.	Responsabilidad Social.....	107
4.3.15.	Responsabilidad Económica.....	114

4.3.16. Responsabilidad Ambiental.....	114
4.3.17. Estrategias para fortalecer la responsabilidad económica, social y ambiental en el hotel Howard Johnson	115
4.3.18. Corroboración de hipótesis.....	123
CAPÍTULO V.....	131
5. Tema: Conclusiones y Recomendaciones.....	131
5.1. Conclusiones.....	132
5.2. Recomendaciones.....	134
BIBLIOGRAFÍA.....	136
ANEXOS.....	139
ANEXO 1 Estado de la situación financiera año 2014.....	140
ANEXO 2 Encuesta para los trabajadores del hotel.....	144
ANEXO 3 Entrevista para el gerente y recursos humanos del hotel.....	147
ANEXO 4 Certificación de apertura para la realización de la investigación.....	151
ANEXO 5 Fotos del Hotel Howard Johnson.....	152

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variables utilizadas en el balance social.....	33
Tabla 2 Hoteles de la ciudad de Loja.....	40
Tabla 3 Población y muestra.....	45
Tabla 4 Sexo de los trabajadores.....	47
Tabla 5 Edad de los trabajadores.....	48
Tabla 6 Estado civil de los trabajadores.....	49
Tabla 7 Lugar de origen de los trabajadores.....	50
Tabla 8 Nivel educativo de los trabajadores.....	50
Tabla 9 Carga familiar en su entorno.....	51
Tabla 10 Área a la que pertenece el trabajador.....	52
Tabla 11 Tiempo que trabaja en el hotel Howard Johnson.....	53
Tabla 12 Salario de los trabajadores en el Hotel Howard Johnson.....	54
Tabla 13 Como se cancela el sueldo en el hotel Howard Johnson.....	56
Tabla 14 Beneficios en el hotel Howard Johnson.....	56
Tabla 15 Rotación del personal en el hotel.....	57
Tabla 16 Conoce que es un balance social.....	58
Tabla 17 Conocimiento sobre el concepto de RSE.....	59
Tabla 18 Cuando se habla de RSE a que hace referencia.....	60
Tabla 19 El hotel socializa el concepto de RSE con sus empleados.....	61
Tabla 20 El hotel socializa el concepto de RSE con sus proveedores.....	62
Tabla 21 El hotel socializa el concepto de RSE con sus clientes.....	63
Tabla 22 Identifica los grupos de interés con los cuales interactúa el hotel.....	64
Tabla 23 Conoce los reportes sociales o memorias de sostenibilidad.....	65

Tabla 24 Tipo de discriminación el hotel.....	66
Tabla 25 Clima laboral del hotel.....	67
Tabla 26 Toma de decisiones en el hotel.....	68
Tabla 27 Inversión del hotel Howard Johnson.....	69
Tabla 28 Inversión en programas sociales para los trabajadores.....	70
Tabla 29 Para la motivación del personal que recursos se utiliza.....	72
Tabla 30 Como colabora el hotel en la reducción del impacto ambiental.....	73
Tabla 31 De qué manera se trabaja en el hotel Howard Johnson.....	74
Tabla 32 Actividades que promueve el hotel.....	74
Tabla 33 Actividades que considera parte de la RSE.....	76
Tabla 34 Niveles de responsabilidad – Intervalo salarial.....	80
Tabla 35 Tipos de contrato.....	81
Tabal 36 Evolución salarial del hotel en los últimos años.....	81
Tabla 37 Ingreso de asociados.....	81
Tabla 38 Movimiento de asociados.....	81
Tabla 39 Edad de los asociados.....	82
Tabla 40 Sexo de los asociados.....	82
Tabla 41 Estado civil de los asociados.....	82
Tabla 42 Número de hijos de los asociados.....	82
Tabla 43 Lugar de origen de los asociados.....	83
Tabla 44 Antigüedad de los asociados.....	83
Tabla 45 Nivel educativo de los asociados.....	83
Tabla 46 Ingresos de personal mea a mes.....	83
Tabla 47 Ingresos de personal por área.....	84

Tabla 48 Retiros del personal.....	84
Tabla 49 Análisis de retiro del personal.....	85
Tabla 50 Promedio de asociados por área.....	85
Tabla 51 Rotación del personal.....	85
Tabla 52 Tipos de ausentismo.....	86
Tabla 53 Análisis general de ausentismo.....	86
Tabla 54 Estadísticas de faltas disciplinarias.....	87
Tabla 55 Desarrollo de los colaboradores en el hotel.....	87
Tabla 56 Resumen de promoción interna.....	87
Tabla 57 Actividades de bienestar/ deportivas.....	88
Tabla 58 Actividades de bienestar/ sociales.....	88
Tabla 59 Actividades de bienestar/ acercamiento con la familia.....	89
Tabla 60 Estructura del balance social.....	90
Tabla 61 Modelo de balance social para el hotel Howard Johnson.....	91
Tabla 62 Tipos de habitaciones en el hotel Howard Johnson.....	102
Tabla 63 Tarifa de habitación en el hotel Howard Johnson.....	102
Tabla 64 Salones sociales del hotel Howard Johnson.....	103
Tabla 65 Tipos de préstamos para los trabajadores del hotel.....	110
Tabla 66 Vacunas y exámenes médicos para los trabajadores.....	111
Tabla 67 Modelo de balance social ejemplificado.....	124

ÍNDICE DE FIGURAS Y FOTOS

Figura 1 Organigrama básico del hotel Howard Johnson.....	42
Figura 2 Sexo de los trabajadores del hotel.....	47
Figura 3 Edad de los trabajadores del hotel.....	48
Figura 4 Estado civil de los trabajadores.....	49
Figura 5 Lugar de origen de los trabajadores.....	50
Figura 6 Nivel educativo de los trabajadores.....	51
Figura 7 Carga familiar de los trabajadores.....	52
Figura 8 Área a la pertenece los trabajadores.....	53
Figura 9 Tiempo que tiene trabajando en el hotel.....	54
Figura 10 Salario de los trabajadores en el hotel.....	55
Figura 11 Cancelación del sueldo a los trabajadores del hotel.....	56
Figura 12 Beneficios de los trabajadores en el hotel.....	57
Figura 13 Rotación de los trabajadores en el hotel.....	58
Figura 14 Conocimiento del balance social.....	59
Figura 15 Conocimiento de RSE de los trabajadores.....	60
Figura 16 La RSE a qué hace referencia.....	61
Figura 17 El hotel socializa el concepto de RSE con sus empleados.....	62
Figura 18 El hotel socializa el concepto de RSE con sus proveedores.....	63
Figura 19 El hotel socializa el concepto de RSE con sus clientes.....	64
Figura 20 identifica los grupos de interés con los cuales interactúa el hotel.....	65
Figura 21 Conoce los reportes sociales o memorias de sostenibilidad.....	66
Figura 22 Tipo de discriminación en el hotel.....	67
Figura 23 Clima laboral del hotel.....	68

Figura 24 Toma de decisiones en el hotel.....	69
Figura 25 Inversión en el hotel.....	70
Figura 26 Inversión en proyectos sociales para los trabajadores del hotel.....	71
Figura 27 Recursos que utiliza el hotel par la motivación del personal.....	72
Figura 28 Como colabora el hotel en la reducción del impacto ambiental.....	73
Figura 29 Como se trabaja en el hotel.....	74
Figura 30 Actividades que promueve el hotel.....	75
Figura 31 Actividades que considera parte de la RSE.....	76
Figura 32 Nuevo organigrama del Hotel Howard Johnson.....	101
Figura 33 Gobierno corporativo del hotel Howard Johnson.....	101

RESUMEN

En la actualidad La Responsabilidad Social Empresarial en la práctica es una ventaja competitiva para cualquier empresa, por lo que genera mayor confianza y vínculo con sus diferentes grupos de interés internos como externos, trabajando de una forma sustentable e integra y a la vez mejorando la imagen y reputación de la empresa.

El presente trabajo investigativo consiste en un Diseño de un Modelo de Balance Social y Responsabilidad Social Empresarial, para el Hotel Howard Johnson de la Ciudad de Loja, con la finalidad de establecer la situación actual en cuanto al desarrollo de las actividades de su responsabilidad económica, social y ambiental y a la vez plantear los indicadores más eficientes para medir la responsabilidad social empresarial, esta investigación servirá para tomar conciencia acerca de las actividades empresariales que se deben practicar para operar en la industria hotelera de una manera sustentable.

A través del diseño de balance social y memoria de sostenibilidad para el hotel Howard Johnson, se va a contribuir a la medición y evaluación de la RSE en el hotel, permitiendo tomar las acciones correctivas necesarias para fortalecer su sostenibilidad.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social empresarial, sustentable, memoria de sostenibilidad, balance social, grupos de interés.

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility in practice is a competitive advantage for any company today, which generates greater confidence and bond with their different groups of internal and external stakeholders, working in a sustainable way and integrates and simultaneously improving the image and corporate reputation.

This research work is a design of a model of Social and Corporate Social Responsibility for Hotel Howard Johnson Loja City , in order to establish the current situation regarding the development of the activities of its financial responsibility , social and environmental at the same time raise the most efficient indicators to measure corporate social responsibility , this research will serve to raise awareness about the business activities that should be practiced to operate in the hotel industry in a sustainable way .

Through the design of social balance and sustainability report for the Howard Johnson hotel, it will contribute to the measurement and evaluation of CSR in the hotel, allowing you to take the necessary corrective actions to strengthen its sustainability.

KEYWORDS: Corporate social responsibility, sustainable, sustainability report, social report, interest groups.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se basa en el diseño de un modelo de balance social y responsabilidad social empresarial para el hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja, actualmente el hotel no posee ningún indicador o herramienta para medir y evaluar sus actividades empresariales en su responsabilidad económica, social y ambiental, con este antecedente es necesario elaborar un modelo de balance social y una memoria de sostenibilidad que beneficie al hotel y a todos sus grupos de interés con el propósito de incentivar a la práctica de la sustentabilidad a largo plazo.

Para poder elaborar el proyecto de tesis fue necesario realizar un plan de contenidos que se estructuro de la siguiente manera: primer capítulo responsabilidad social empresarial que abarca historia, conceptos, niveles, dimensiones e indicadores, segundo capítulo el balance social como instrumento de la RSE, se refiere a la definición, tipos, ventajas, modelos de balance social, el tercer capítulo metodología de la investigación como datos de la empresa, objetivos, hipótesis, tipo y diseño de la investigación, estudio de mercado, análisis y presentación de resultados de las encuestas aplicadas, cuarto capítulo diseño del modelo de balance social y responsabilidad social empresarial en este capítulo se desarrolla la propuesta donde va el informe social, modelo de balance social, objetivos, memoria de sostenibilidad, responsabilidad social, económica y ambiental, estrategias para fortalecer la RSE en la empresa y finalmente la corroboración de la hipótesis, en el quinto capítulo conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación y por último se presentan las referencias bibliográficas y los anexos que soportan el proyecto de tesis.

La importancia que tiene la investigación para el hotel Howard Johnson como para sus diferentes grupos de interés o stakeholders es la de proporcionar información suficiente para actuar en base a sus actividades empresariales, de tal manera que el desarrollo de la propuesta permitirá al hotel tener una visión más amplia para fortalecer su responsabilidad social empresarial, dando como resultado una ventaja competitiva en el sector turístico hotelero de la ciudad de Loja.

El hotel Howard Johnson en la actualidad tiene prácticas de responsabilidad social empresarial pero de una forma empírica y no integrada, pues no cuenta con una herramienta o indicador para mediar su RSE, por ende es factible elaborar un modelo de balance social y responsabilidad social empresarial a memoria de sostenibilidad que contenga toda la información relacionada a su desempeño económico, social y ambiental, para poderla presentar, comparar y verificar con sus diferentes públicos internos y externos.

El cumplimiento de los objetivos se desarrollaron en su totalidad pues se logró diagnosticar la situación actual del hotel en su ámbito económico, social y ambiental, además se vinculó el balance social como parte complementaria a la responsabilidad social empresarial en su conjunto y por último se diseñó los indicadores para medir la RSE, que este caso se estableció a modo de propuesta el balance social y la memoria de sostenibilidad.

Las facilidades y oportunidades que se suscitaron durante el estudio en el hotel Howard Johnson fueron las más óptimas ya que el gerente desde el inicio hasta el final de la presente investigación estuvo dispuesto a colaborar y a brindar información necesaria, teniendo una actitud cordial y abierta.

Los inconvenientes y limitantes que se dieron en el desarrollo del trabajo, fue la presencia de todos los trabajadores a la hora de realizar las encuestas, puesto que en el hotel manejan horarios rotativos y es un poco complicado encuestar a todos los trabajadores en su conjunto, además hubo limitantes por parte de la persona que maneja el departamento de recursos humanos, ya que la misma no disponía de tiempo suficiente para ofrecer información.

La realización del presente trabajo demandó la aplicación de los métodos: científico, histórico y deductivo. El método científico facilitó la recopilación bibliográfica en libros, revistas, internet entre otros, relacionada con la temática de la investigación con el objeto de fundamentar el marco teórico y conocer de manera específica la importancia del balance social y RSE en el Hotel Howard Johnson, de igual forma se utilizó el método histórico, que permitió obtener información acerca de los antecedentes y evolución que ha tenido la RSE en el hotel y la salida de campo donde se aplicó las encuestas para conocer la situación actual.

CAPÍTULO 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

1.1. Origen y evolución de la responsabilidad social empresarial.

El principio de la RSE tiene sus orígenes en el mundo académico en el año de 1953, con el ejemplar de Howard Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman*; basándose en los compromisos que deben conservar los administradores con la humanidad. Indicando que la diligencia de la compañía o empresa ocasiona un golpe en cierto conjunto de la población, por ende es de vital importancia la asociación de políticas y decisiones para un mejor entendimiento con la comunidad.

En 1960 Keith Davis planteó que la responsabilidad social empresarial, se debe dar de acuerdo al dominio que las compañías poseen sobre la población; es decir que las compañías que tienen mayor efecto y proximidad con algunas asociaciones de poder, tendrán mayor responsabilidad social. En 1970 Milton Friedman señaló como insensato la donación o la salida de dinero en actividades que no están directamente asociados con el manejo de la empresa, lo cual generó un vínculo de la RSE con la filantropía.

Carroll en 1979, compone un modelo de cuatro categorías; relacionadas entre sí, las cuales son las siguientes: económica, legal, ética y discrecional, en lo económica se refiere a las utilidades, en lo legal al cumplimiento de las políticas de la organización, en lo ético se basa en los valores y principios morales y por último a lo discrecional hace referencia a la opinión de cada organización de acuerdo al entorno donde opere.

Para el año de 1984, Peter Drucker, propone un nexo entre la práctica económica de una empresa y la RSE; empleándose la propuesta de Carroll. En el siglo XXI, se emprendió a elaborar los indicadores de RSE, con la asistencia de instituciones encaminadas a difundir la responsabilidad social empresarial.

A finales de 1990, como efecto de la catástrofe ambiental a manos de las acciones del hombre; las prácticas sobre la protección ambiental se comenzaron a fortalecer, reuniendo tácticas y tecnología, con el objetivo de desarrollar sustentabilidad y ventajas competitivas. En este período la RSE, deja su aislamiento de concentrarse solo en sus accionistas y empleados y empieza a tomar en cuenta a actores internos y externos como sus clientes y proveedores; igualmente se aseguran sobre el efecto que pueden causar en su hábitat a nivel ambiental

En el año de 1999 la Organización de las Naciones Unidas, hace conciencia de la pobreza que existe en el mundo; así como también el impacto de las empresas hacia esa problemática; por lo que decide incluir a las organizaciones como socios estratégicos. El resultado de esa inserción es el pacto global; el mismo se basa en diez principios agrupados

en cuatro dimensiones: aspectos laborales, humanos, anticorrupción y medio ambiente. Otro organismo que se une como parte de la responsabilidad social empresarial es el Banco Interamericano de Desarrollo BID; el cual ha capitalizado proyectos para el progreso de lineamientos de RSE. Además en el mismo año fue originado el GRI; con el objetivo de que la compañía este equilibrada en lo económico, social y ambiental.

1.2. Definición de RSE.

Todas las organizaciones son sistemas abiertos que dependen de su medio ambiente, esta dependencia exige; que los administradores pongan atención a las expectativas y puntos de vista de la sociedad; eso se aplica a toda clase de organizaciones: empresas, escuelas, hospitales y gobiernos; todas deben responder a las necesidades de la sociedad. La responsabilidad social se ha convertido en una cuestión más importante dado que la sociedad ha desarrollado mayores expectativas hacia las organizaciones y los administradores. (Gonzalez, 2013)

La RSE, hoy en día es una nueva forma de realizar negocios, la misma se la desarrolla de una manera sostenible en todos sus ambientes, es vital implementar la responsabilidad social empresarial; ya que tendrá como resultado el impacto positivo en la imagen y reputación de la empresa, de igual forma resguardará los recursos ambientales y culturales, para las generaciones futuras, en fin la RSE aplicada a la empresa aporta muchos beneficios al público interno como externo de la misma.

La responsabilidad social está compuesta, por tres entornos como el desarrollo social, económico y ambiental, la misma tiene prácticas voluntarias y transparentes; con todos los públicos con los cuales se relaciona, fundamentada en valores éticos, con la finalidad de mejorar la competitividad de la empresa y su perfeccionamiento social; una empresa que considera como principio fundamental a la RSE; tendrá una buena administración donde se verá reflejado la honestidad, equidad, solidaridad y sustentabilidad; mejorando la calidad de vida.

La Responsabilidad Social Empresarial; lleva a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente; que permite a la empresa generar valor agregado para todos sus públicos, y con ello ser sustentablemente competitiva. (Cajiga Calderón, 2014)

La RSE, es un modelo de gestión empresarial a nivel de todo el mundo; que hace reconocimiento al desarrollo sustentable, debido a que las empresas, pueden aportar múltiples beneficios para un mundo mejor; ya que se consolida en tres enfoques, cómo

económico donde se constituye bases sólidas a nivel empresarial, ambiental se reduce el impacto del entorno y social mejora la calidad de vida de los trabajadores, brinda capacitación constante e inversiones con la comunidad.

1.3. Organismos que promueven la Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador.

Las empresas ecuatorianas en la actualidad están haciendo conciencia acerca de la contribución de la responsabilidad social empresarial; ya que la implementación de una manera íntegra en lo económico, social y ambiental, ayudará a proyectos sustentables que perduren y se consoliden con el tiempo invirtiendo en salud, educación y alimentación.

Muchas empresa de nuestro país; al realizar donaciones piensan que están poniendo en práctica la responsabilidad social empresarial, existe una confusión, en saber diferenciar la RSE de la filantropía, la misma que se considera como donaciones ocasionales, sin ninguna valor social.

En el Ecuador, hay empresas vinculadas a la responsabilidad social empresarial; son empresas con una visión amplia hacia lo sustentable, que utilizan los diferentes instrumentos de RSE; con el aporte de dos entes legalizadas a nivel internacional como: CERES E IRSE, las empresas que están asociadas con estos organismos, poseen una ventaja competitiva que las diferencia del resto de empresas.

1.3.1. CERES.

Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social CERES; está constituida por organizaciones públicas, privadas e instituciones de la humanidad civil, involucrados con el equilibrio social, ambiental y económico, con el propósito de lograr un desarrollo integrar sostenible.

CERES impulsa y difunde las mejores prácticas de responsabilidad social corporativa; que son aquellas que contribuyen a la construcción de una sociedad más justa y sostenible. Es la entidad líder en gestión del conocimiento, capacitación e investigación sobre; responsabilidad social en el Ecuador y es aliado estratégico de las principales organizaciones promotoras, de responsabilidad social en la región, convirtiéndose en la plataforma que facilita el diálogo constructivo entre los diferentes sectores de la sociedad. (Ponce, 2014)

CERES, tiene como misión promover la responsabilidad social empresarial por medio; de las diferentes compañías relacionadas con el adelanto sustentable del Ecuador.

La visión de CERES, es ser el ente Ecuatoriano pionero; en temáticas de responsabilidad social empresarial, laborando de una manera responsable y honesta; sin generar lucro y sin aprovecharse de la circunstancia, proyectando como mensaje que la RSE, generará muchos beneficios en sus tres ámbitos.

El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES), pone en práctica diferentes valores como: equidad, justicia, honradez, atención, calidad, eficacia, entre otros, además aplica un estatuto de ética interno; en el mismo se puntualiza los principios y valores que se deben presidir en la organización. Los dirigentes de CERES, son los que se encargan de examinar si los asociados están cumpliendo con el reglamento interno de ética; CERES favorece a todas las empresas que constituyen parte de esta red, fomentando la edificación de un país más justo y equitativo.

1.3.2. IRSE.

El Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE), es la primera iniciativa institucional en el Ecuador en lo que se refiere a la responsabilidad social empresarial. Es una organización privada, sin fines de lucro, en sus gestores y protagonistas prevalece el ideal del perfeccionamiento social; a través de un humanismo auténtico y solidario. IRSE lo consolida un equipo de personas competentes con vasta experiencia en el campo empresarial, en la académica, en la cátedra, en múltiples responsabilidades públicas y privadas. (IRSE, 2014)

Dentro de los fundamentos, el IRSE tiene principios y valores, que se deben respetar y cumplir a cabalidad; entre los más importantes tenemos:

- **La honorabilidad de la persona humana.**- Una comunidad honesta solo se puede hacer respetando la honorabilidad de la persona.
- **El bien común.**- En la vida hay que obrar de una forma correcta, para que la convivencia diaria sea más fácil.
- **La solidaridad.**- Hay que cuidarnos los unos a los otros; para obtener equidad en honorabilidad, dignidad y derechos.
- **La subsidiariedad.**- Las entidades superiores deben ayudar, apoyar a las comunidades menos favorecidas.
- **La verdad.**- La verdad es fundamental, para que la convivencia diaria de las personas sea ordenada y buena.

- **La justicia.**- Ser honrado, en lo que le corresponde a cada individuo.

- **La libertad.**- Todo individuo tiene derecho, a ser libre y expresar sus sentimientos.

El Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE), pretende que todos sus beneficiarios y socios efectúen las reglas y principios del Pacto Global.

- Derechos humanos.

- Derechos laborales.

- Protección del medio ambiente.

- Lucha contra la corrupción.

Además el IRSE, en el Ecuador ofrece sus servicios en diferentes áreas como las siguientes:

Información y difusión: Comunicar los lineamientos y el concepto real de la RSE, para que se difunda hacia toda la sociedad Ecuatoriana.

Formación de capacidades: IRSE capacita a los entes económicos, asociaciones, gremios, con foros, cursos, conferencias.

Investigación y desarrollo: La tecnología con la que cuenta IRSE, favorece a la responsabilidad social del Ecuador.

1.4. Responsabilidad Social de las Empresas.

El buen desempeño de la responsabilidad social en las empresas; logrará una armonía en lo ambiental, social y económico. Algunas compañías se enfocan, en conseguir el beneficio económico, sin importar las acciones y consecuencias para conseguir esto, teniendo como resultado; la repercusión negativa en las sociedades donde desarrolla sus actividades. La responsabilidad social empresarial; involucra una serie de compromisos voluntarios, que favorecen a todas las partes a las que conciernen sus operaciones.

Por lo tanto la administración de cualquier organización; debe estar consciente que tiene una responsabilidad social y que no solamente, debe lograr que la organización sea competitiva en términos económicos; sino que debe cumplir satisfactoriamente, con objetivos económicos y sociales; tanto externos como internos. El objetivo económico externo, es producir bienes y servicios de calidad, que satisfagan necesidades de la sociedad y el interno es generar; el máximo valor agregado y distribuirlo equitativamente entre sus integrantes. (Barrera, 2014)

En los objetivos sociales, el externo es ayudar al progreso completo de la sociedad; a la que interesa, el objetivo interno es, favorecer al adelanto de sus integrantes, respaldando su prosperidad como su desarrollo humano. Los objetivos económicos y sociales, están íntimamente unidos, por tal razón la empresa; debe ver la manera de constituirlos convenientemente a su trabajo, afirmando su existencia.

Si se persigue el progreso de la empresa, se necesita además, el desarrollo de la sociedad; de la cual forma parte y esto pasa por el reconocimiento, de los derechos humanos de los individuos, de acuerdo a principios éticos, a los cuales debe estar sometida la obtención de utilidades por parte de la empresa privada.

Si bien es cierto, que el papel fundamental de la empresa privada; sigue siendo el de contribuir a la generación de riqueza de un país, a través de la producción de bienes y servicios al menor costo posible; para satisfacer necesidades y aspiraciones humanas, no es menos cierto, que ella puede y debe participar; en el desarrollo integral del país donde opera y de esta manera cumplir con su responsabilidad social. (Estrada Ricardo, 2005)

1.5. Razones estratégicas y éticas para desarrollar la RSE.

La dirección, que debe poseer la empresa frente a la responsabilidad social empresarial; es la de una relación establecida, que debe constar de múltiples beneficios; entra la organización, sociedad y medio ambiente. La actividad de la empresa, debe fundamentarse en la práctica de principios éticos, necesarios para alcanzar un modelo de desarrollo sustentable; de tal manera la RSE, se presentará como un camino de excelencia a seguir.

Para alcanzarlo se debe brindar escenarios, que se admitan dentro del capitalismo; como el respeto a la dignidad humana y medio ambiente, la responsabilidad social empresarial para efectuarse, se debe establecer en base a valores inspirados por la ética, lealtad, compromiso y respeto.

Las razones estratégicas o los argumentos instrumentales, comprenden aquellos elementos que nos presentan; las posibles ventajas que tiene para el éxito del negocio y de la empresa el desarrollo de la RSE, lo cual se conoce como business case o visión estratégica de la RSE. Argumentos como la mejora de la imagen de la empresa, la generación de lealtad de los trabajadores, la atracción de personal más calificado, una mayor disposición a colaborar en los momentos difíciles, la captación de inversiones estables, etc., son aspectos positivos derivados de una política empresarial responsable. (Raufflet, Lozano, Barrera, & García de la Torre, Razones estratégicas y éticas para desarrollar la RSE, 2012).

Dentro de las exigencias éticas que son de suma importancia para la organización tenemos:

La necesidad de confianza: Las empresas sólo pueden ser productivas e innovadoras, si se aumenta significativamente los niveles de confianza; con todos sus empleados, y se les otorga la oportunidad de asumir nuevas responsabilidades, ejerciendo el liderazgo y la inteligencia colectiva. Además la confianza es un escenario; que resulta a partir de un juego de expectativas bilaterales y se construye primordialmente, con el respeto a las reglas, actuando con transparencia. En toda negociación; siempre tiene que prevalecer la confianza, por ambas partes, ya que es la base fundamental de toda transacción, que da como resultado la proyección de una empresa confiable y un cliente satisfecho.

La demanda ética de responsabilidad de cualquier persona u organización de acuerdo con su poder: La ética es valiosa en sí misma, por cuanto se refiere al ser humano como tal, por ende todo agente o actor que genere un impacto en la vida de otras personas habrá de responder acerca de dicho impacto; el comportamiento ético no ha de ser, pues, valorado sólo como instrumento para los beneficios, ni para cualquier otro objetivo particular. Sin embargo, la ética incide en las relaciones empresariales y a través de ellas, en los resultados. (Granda & Camisón, 2008)

La ética aplicada en la empresa contribuye; a la motivación del trabajo, a la madurez humana y a la sensatez en la toma de decisiones, cumpliendo con los objetivos de la organización y mejorando los resultados.

La imposibilidad de eludir el nivel postconvencional: Una conciencia moral post convencional es aquella que se guía por los principios universales de justicia que van más allá del interés del agente y de las costumbres de la sociedad donde vive, es decir; también en el ámbito de los negocios y la empresa, debemos exigir a las personas que se guíen por principios éticos universales; en el nivel postconvencional se ven los problemas morales desde una posición más personal, anterior y superior a los contratos sociales. Su perspectiva está más allá de las normas y leyes de la sociedad, de tal manera se fundamenta en principios morales habituales que el sujeto ha tomado personalmente.

La voluntad de justicia y felicidad de las personas que trabajan en una organización de sus grupos de interés y de la comunidad: Para maximizar la motivación, satisfacción y fidelidad de los empleados tienen que tratar a las personas con justicia; ser justos como directivos significa, entonces, velar para que esto sea así con cada uno de los grupos que se relacionan con la empresa y evitar los desajustes que tienden a producirse continuamente. En una organización se debe dar un trato equitativo, eliminar barreras que impidan la

igualdad; proporcionar una remuneración justa y repartir utilidades es característico de una gestión justa.

La función del empresario es esencial ya que depende de él la opción de aceptar la responsabilidad social interna y externa de la empresa; tanto en lo técnico como en lo social, para contribuir a su vez al progreso y bienestar de la colectividad, a la cual sirve y de la cual vive; así mismo los administradores deben relacionarse con los trabajadores, de una manera respetuosa y justa; para así lograr un buen desempeño en sus funciones, los colaboradores esperan un liderazgo democrático y equitativo.

1.6. Alcances de la Responsabilidad Social Empresarial.

El alcance de la RSE, es muy extenso y cambiante, donde surge la Responsabilidad Social Empresarial, como componente de equilibrio; donde se logran representar los siguientes alcances como noción en el desarrollo de las acciones empresariales.

Alcance social y de desarrollo: Se basa en las actividades que realiza la empresa con el público externo a la misma, teniendo como objetivo claro el beneficio a la sociedad y comunidad; sin causar algún impacto negativo, la relación que debe tener la empresa con la comunidad de su entorno tiene que ser empática y equitativa; obteniendo como resultado la confianza y respeto de la comunidad y sociedad.

Alcance solidario e igualitario: En este alcance la empresa reconoce la igualdad y oportunidades que se les debe brindar a los colaboradores; donde se pone en práctica los derechos y deberes. El público interno trabajará en condiciones adecuadas y óptimas en lo que se refiere a lo laboral, para que de esta manera se sientan motivados y por ende exista una mayor productividad y desarrollo personal por parte de los mismos.

Alcance de autor referencia: Se considera sólo el interior de la empresa, es decir, la relación que se produce entre ésta con los accionistas, clientes y trabajadores, sin que hayan responsabilidades de otro tipo hacia la comunidad externa, enfocándose solo al mercado y visualizando a la empresa como generadora de ganancias. (Reyno Momberg, 2008)

Alcance ético sistémico: La influencia de las empresas se ha convertido en un factor preponderante en el avance o retraso de su entorno; y de los grupos sociales afectados por su actuación, el alcance ético sistémico se refiere a la responsabilidad de la empresa con sus grupos de interés, las empresas tienen que ser responsables de una manera permanente con sus stakeholders; fomentando la comunicación asertiva, diagnosticando las

necesidades y requerimientos del cliente; para que de esta manera se pueda satisfacer y fidelizar al mismo.

Alcance ético y de valores: Se refiere a los valores que la empresa debe poseer; para proyectar su imagen ante el público y poder diferenciarse de la competencia, es primordial fomentar a los trabajadores buenos principios y valores que favorezcan la buena reputación de la empresa, por ende los colaboradores tendrán que poner en práctica los valores impartidos por la organización; por la razón que serán fundamentales para poder operar en sus actividades de una manera ética y a la vez ser competitivos en el mercado.

De tal manera que el alcance ético y de valores hace mención a cómo una organización agrupa el conjunto de valores en sus políticas, objetivos y en la toma de decisiones en cada uno de los niveles de la empresa.

1.7. Niveles de la Responsabilidad Social Empresarial.

Hay una diversidad de tipos o niveles de perspectivas que la humanidad tiene acerca de los negocios o empresas. La RSE contiene; la expectativa básica, organizacional, empresarial, discrecional, ética, legal y económica, las mismas se muestra en distintos ámbitos; como en acciones públicas o privadas de cada persona; además en el desenvolvimiento de grupos sociales, instituciones civiles, políticas y por último en el estado en sus políticas legales, dentro de los niveles de la responsabilidad social empresarial tenemos los siguientes:

Responsabilidad básica: Esta responsabilidad se forma por la presencia de la compañía; en la sociedad y la obediencia de estatutos y hechos que ratifiquen la calma y paz. Por ende, las empresas aceptan y toman las consecuencias de su tratar en su ámbito y en los individuos, haciéndose cargo; aceptando responsabilidades en los resultados que producen por el adelanto de sus operaciones, por tal razón la empresa debe cumplir las normas que le exige la sociedad; una empresa para que sea responsable con sus hechos debe reflexionar todos los impactos ecológicos que generan la producción y acción de la misma.

Responsabilidad organizacional: Las responsabilidades surgen; a partir de las interacciones de la organización con cada uno de los entes afectados claramente por su actividad. La empresa tendrá; que asumir sus consecuencias y obligaciones con su grupo interno como: distribuidores y asociados. Toda empresa debe fomentar un dialogo sincero y permanente con sus grupos de interés, para poder evadir conflictos y acciones legales.

Responsabilidad social: Este tipo de responsabilidad consiste en la conciencia por parte de la empresa de mejorar o conservar el medio en que se encuentra, esto porque al mantener el bienestar de éste se está contribuyendo también a la continuidad de su

desarrollo, por lo que esta responsabilidad se enfoca a alcanzar y mantener el desarrollo sostenible de la empresa. (Reyno Momberg, Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva, 2008)

La forma en que cada empresa afronta el desarrollo sustentable dependerá; de las situaciones ecológicas, económicas y sociales en el que se desarrolle su entorno.

Responsabilidad discrecional: Se fundamenta en ser un buen ciudadano corporativo; ajustado a la ética, respetando a las personas y al medio ambiente, contribuyendo con recursos a la comunidad mejorando la calidad de vida. En otras palabras; la ciudadanía corporativa es la forma como se concreta o se lleva a la práctica la responsabilidad social empresarial; existiendo como principio primordial el que la empresa no es una ente incomunicado, sino que es parte de la misma sociedad en donde se encuentra.

La responsabilidad discrecional es un hecho voluntario; ejecutado por un miembro individual de la colectividad consignado a colaborar a otra persona o a varias, además la responsabilidad discrecional; puede ser la consecuencia de un esfuerzo acordado para perfeccionar un determinado lugar o ambiente que perturba a la sociedad en general, la responsabilidad discrecional no se impone; a diferencia del servicio ordenado por el tribunal o algún otro mandato, la misma busca que las empresas tengan en cuenta; no sólo las consecuencias económicas y financieras de sus actividades, sino también los aspectos sociales, ambientales, de desarrollo y de género.

Responsabilidad ética: Ser ético, obligación de hacer aquello que es correcto; justo e imparcial, evitando el daño. La responsabilidad ética tiene que ver con los valores que son reflejados en la cultura empresarial; como normas y principios, que tienen como fin alcanzar una mayor armonía con la sociedad, para consentir una mejor conformidad en todos los ambientes en pro de respetar los derechos de la humanidad y los valores que ésta comparte. Las empresas crean sus códigos de ética; con la finalidad de combatir la corrupción, el engaño y el mal comportamiento de sus integrantes.

Las expresiones éticas de la empresa depende de los valores que ésta posea y manifieste; si tales valores son contrarios a los que el colaborador posee, le será prácticamente imposible ajustarse a los aspectos éticos esperados, por lo tanto, será responsabilidad de la empresa; comprobar la coincidencia de valores y expectativas de sus candidatos antes de la contratación y será responsabilidad de los aspirantes determinar si los mismos se ajustan, a los propios y por lo tanto pueden ser respetados y modelados sin que ello genere conflictos de ninguna índole. (Socorro, 2009)

Responsabilidad legal: Las organizaciones tienen la responsabilidad de cumplir con la ley; la misma es la codificación de la sociedad; de lo que es correcto e incorrecto es decir; jugar según las reglas del juego es su responsabilidad jurídica. La responsabilidad legal tiene como fin verificar el efectivo cumplimiento de los deberes, que señala la legislación laboral y de salud ocupacional; es importante que la responsabilidad laboral posea como base el saber del cumplimiento de los mínimos requerimientos por los estatutos laborales, para poder identificar y diversificar el cumplimiento de aquellos compromisos voluntarios. La ventaja de tomar en cuenta la responsabilidad legal consiste; en asegurarse de que la organización o empresa cumpla con la ley laboral como punto de partida, para luego tener una base sólida para impulsar indicadores más productivos para la organización.

Proyectando esta cuestión a las empresas, como personas jurídicas que son, podemos apreciar que en las organizaciones existen distintas obligaciones. Tradicionalmente se pueden diferenciar dos tipos: uno relacionado con la propia esencia de la empresa, como pagar salarios, dar beneficios, relaciones con proveedores y clientes, etcétera, y otro relativo al cumplimiento de aquellas normas que la afectan, como impuestos, seguridad social, entre otros. (Fernández, 2005)

Responsabilidad económica: Se refiere con ser rentable en la empresa, cuando se produce bastante utilidad o beneficio es aceptable la productividad de la misma; la organización debe responder a las obligaciones financieras y comerciales a través de la correcta administración de recursos.

1.8. Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.

Las empresas, sin excepción alguna, desde que son dirigidas por un administrador autónomo; hasta las compañías transnacionales se comportan como sistemas abiertos. Todas las empresas deben relacionarse con su entorno; para poder sobrevivir en el mercado, ya que consumen recursos materiales, humanos y ambientales; que de una u otra forma afecta principalmente a la sociedad.

En la RSE se distinguen dos vertientes o dimensiones; una interna y otra externa, el empresario debe tener en cuenta a la hora de implantar en su empresa una estrategia de RSE, todos y cada uno de los factores internos los que interactúan en los subsistemas y externos como proveedores, clientes, entorno social, entre otros.

En cualquier dimensión en la que intervengan, todos los grupos de interés tienen necesidades comunes, que son:

- **Transparencia informativa:** Especialmente valorado por quienes desean conocer; en todo momento determinados aspectos esenciales e impacto presente y futuro de la organización.
- **Participación:** La comunicación permanente y el diálogo resultan imprescindibles cuando, se quiere establecer una relación de beneficio mutuo y se desea conocer las necesidades de las partes interesadas.
- **Beneficio mutuo:** Las personas y grupos sociales que interactúan con las empresas; esperan obtener contraprestaciones, que les permitan desarrollarse y progresar no sólo en lo económico, sino también en lo social y en lo medioambiental de forma equilibrada, con vocación de largo plazo y sin comprometer el desarrollo de las generaciones futuras. (Fernández R. , 2010).

1.8.1. Dimensión Interna.

Siempre la empresa tiene que proceder en base a la ley vigente; de acuerdo al país donde la misma ejerce sus actividades, siendo responsable en todos los sentidos con su personal, vigilando las condiciones de trabajo y a la vez mejorando y aprovechando la fuerza laboral y capital humano de cada individuo.

La dimensión interna está compuesta por:

- Gestión de los recursos humanos.
- Seguridad y Salud en el trabajo.
- Adaptación al Cambio.
- Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales.

Gestión de recursos humanos: Uno de los retos más importantes que tienen las empresas en la actualidad es; atraer colaboradores adecuados y lograr su estabilidad en el trabajo, para perfeccionar el talento humano de la empresa, se debería incluir la formación continua a través de capacitaciones constantes; que beneficien al trabajador y a la empresa, además es fundamental mantener un equilibrio entre la remuneración, trabajo, familia y ocio.

Así mismo, la adecuada contratación del personal con el propósito de que no exista la discriminación por raza, género, edad y posición social, facilitarían la contratación sin marginar a ninguna persona.

Seguridad y salud en el trabajo: Es una acción interdisciplinaria regida a resguardar, promover la seguridad y salud de los trabajadores; a través de la prevención e inspección de enfermedades, lesiones y eliminación de factores que ponen en riesgo la seguridad del

personal; también gestiona el trabajo saludable y seguro por medio de los adecuados ambientes de trabajo. Es vital que se motive al colaborador cuidando su salud mental, física y psicológica; de esta manera se logrará el desarrollo y mantenimiento de su capacidad de trabajo.

Adaptación al cambio: Reestructurar, desde un punto de vista socialmente responsable; significa preservar la moral y motivación de los trabajadores y de las trabajadoras, equilibrar teniendo en cuenta; los intereses y preocupaciones de todas las personas afectadas por los cambios, fomentando la información y las consultas a las partes afectadas; ofertando cursos de reciclaje profesional al personal en caso necesario. Al momento de ejecutar una reestructuración; la empresa se debe preparar adecuadamente, identificando los riesgos más trascendentales, deduciendo todos los valores directos e indirectos de las estrategias, así como medidas alternativas, valorando todas las opciones que permitan reducir los despidos necesarios.

Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales: Es importante concientizar a las personas sobre el cuidado del medio ambiente; la disminución del consumo de recursos o de desechos y las emisiones contaminantes pueden reducir el impacto sobre el medio ambiente. Una empresa que es sustentable; es más competitiva y productiva en el mercado, es primordial conocer y cumplir con la normativa ambiental aplicable; que beneficia a la empresa y a su entorno.

1.8.2. Dimensión Externa

La Dimensión externa almacena las relaciones de la empresa con las comunidades o entes asociados comercialmente; distribuidores, inversionistas, consumidores y ONG, así como la consideración y respeto por los derechos de la sociedad e inquietudes ambientales generales.

La dimensión externa está compuesta por:

- Comunidades locales.
- Socios comerciales, proveedores y clientes.
- Derechos humanos en sentido estricto.
- Problemas ecológicos mundiales.

Comunidades locales: Las empresas no solo se circunscribe a su propio entorno; sino que también se integran a las comunidades locales en donde se encuentran, incluyendo además

a los trabajadores, las mismas contribuyen al desarrollo de las colectividades, en las que inciden proporcionando puestos de trabajo, sueldos, prestaciones generales e ingresos públicos. Las compañías tienen que brindar preferencia a las entidades proveedoras locales, de igual manera, se debe impulsar las donaciones o patrocinios a ONG; además es importante las iniciativas sociales, deportivas, culturales y ambientales.

Socios comerciantes, proveedores y consumidores: Influye en la empresa la forma de actuar de los socios, proveedores y consumidores, es necesario conocer el grado de satisfacción y fidelidad de los grupos de interés; a través de una comunicación fluida y asertiva, además se debe establecer principios éticos en la política de negocios a las entidades proveedoras y firmar acuerdos para la mejora de la responsabilidad social empresarial.

Derechos humanos en sentido estricto: Los derechos humanos en sentido exacto son derechos registrados y protegidos en el ámbito internacional.

Una de las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas está estrechamente vinculada a los derechos humanos; sobre todo por lo que respecta a las actividades internacionales y las cadenas de suministro mundiales. Los derechos humanos son una cuestión muy compleja, que plantea problemas políticos, jurídicos y éticos. Ciertamente las empresas se enfrentan a cuestiones complicadas, por ejemplo; el modo de determinar qué responsabilidades caen dentro de su competencia y cuales caen dentro del ámbito gubernamental, cómo asegurarse de que sus socios comerciales están respetando los valores que ellas consideran fundamentales, y cuál es el enfoque que deben adoptar y cómo trabajar en países donde son frecuentes las violaciones de los derechos humanos. (Fernández R. , Diario Responsable, 2010)

Problemas ecológicos mundiales: La empresa debe fomentar la conservación del medio ambiente; a través de proyectos que beneficien el entorno, para que de una u otra forma, recompensen los daños causados por su actividad.

1.9. Beneficios al aplicar la Responsabilidad Social Empresarial.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una instrumento; muy eficaz para la progreso del modelo productivo, debido a que agrupa criterios de validez, sostenibilidad y bienestar con el valor de la pluralidad, la igualdad de oportunidades, el respeto, la paciencia y la convivencia. La RSE compone una oportunidad de mejorar los beneficios de las organizaciones; necesariamente para edificar una sociedad más justa y eficiente. Estudios han demostrado, que las empresas que avanzan en políticas de responsabilidad social

empresarial, consiguen que los empleados mejoren sus condiciones de trabajo y crecen en su productividad.

Hay muchas razones, por las que vale la pena que las empresas sean socialmente responsables y conscientes de los intereses de los actores sociales; que son determinantes en cada una de las colectividades en las que operan, el objetivo principal de la RSE, es el impacto positivo que causan estas prácticas en la humanidad; se convierte en una mayor competitividad y sostenibilidad para las organizaciones, ser socialmente responsable formará automáticamente más rentabilidad y la satisfacción interna optimizará la eficacia de los trabajadores.

Entre los beneficios al aplicar la Responsabilidad Social Empresarial tenemos:

- Mínimas posibilidades de conflictos con la comunidad.
- Mayor satisfacción de los colaboradores, redundando en la mejora de la productividad, compromiso y adhesión.
- Mayor capacidad de contratar y conservar talentos, atrae y retiene excelentes profesionales a la empresa; además se reduce el absentismo.
- Mejora del ambiente laboral y reducción del nivel de conflictividad laboral.
- Ahorro en el uso de insumos como: papel, tinta, útiles de oficina, entre otros y recursos como: energía, agua, teléfono, combustible.
- Respaldo de las instancias gubernamentales.
- Mejora de la comunicación interna, nuevas estrategias de comunicación.
- Crea ventajas medioambientales; mejores prácticas sustentables.
- Disminución de los riesgos operacionales como: financiero, calidad, seguridad y medio ambiente.
- Progreso de la cultura organizacional.
- Aumento de la rentabilidad de la empresa.
- Fideliza consumidores actuales y favorece a captar nuevos. Confianza y transparencia con los proveedores.
- Adelanto de la imagen/reputación de la empresa.
- Imagen corporativa positiva y aprecio de la sociedad, valoración de la imagen y de la marca.
- Oportunidades para nuevos negocios/Incremento en la participación de mercado.
- Ampliación del valor de la empresa, sostenibilidad del negocio a largo plazo.
- Mejoramiento de la comunicación externa, fortalecimiento de la relación con el entorno, además diferenciación del mercado.
- Evade la publicidad negativa, boicots e imagen pública dañada.
- Reduce el peligro de litigios y sanciones.

- Confianza y transparencia con los proveedores.

1.10. Principios, Instrumentos e Indicadores para la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial.

Los instrumentos e indicadores están inspirados en los principios, porque éstos son resultado de interpretar las preocupaciones más relevantes de la sociedad y sus componentes, entendiendo por componentes las organizaciones, los gobiernos, las familias e incluso los individuos. De esta forma los principios se definen como “guías que indican prácticas o conductas aceptables o inaceptables”, y buscan ser reflejo de la necesidad de tomar conciencia de los problemas sociales, ecológicos y económicos. (Raufflet, Lozano, Barrera, & García de la Torre, Alcance de las iniciativas en materia de RSE, 2012).

El segundo nivel son los instrumentos; los cuales se encargan de formar lineamientos, relacionados de modo directo con la gestión de RSE y ayudan a una mejor comprensión de los principios.

El tercer nivel corresponde a los indicadores; cuyo objetivo es la puesta en marcha de medidas operativas, basadas a la gestión de la RSE dentro de la organización, en este nivel pueden existir temas que no contengan todos los elementos de la RSE.

Los indicadores e instrumentos de la responsabilidad social empresarial; son como una radiografía del estado real de la empresa, donde se puede evidencia, el cumplimiento de sus deberes y obligaciones. Así también son herramientas de evaluación y análisis de la gestión de la responsabilidad social empresarial.

El propósito es que todas las empresas, sin tener en cuenta su tamaño y actividad; orienten sus funciones de manera transparente y ética, para que de esta forma certifiquen su sustentabilidad económica, implicándose con el medio ambiente y con la sociedad.

1.10.1. Principios para la gestión de la RSE.

- **Pacto Mundial**

El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados; en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Por su número de participantes, 12,000 en más de 145 países, el Pacto Mundial es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo. El Pacto es un marco de acción encaminado a la construcción de la legitimación social de las corporaciones y los mercados. Aquellas empresas que se adhieren al Pacto Mundial comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la

construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades más prósperas. (Pacto.Mundial, 2007)

En el Pacto Global se establecen diálogos donde se examina a exhaustivamente; el empleo de las herramientas de la RSE y además se originan tácticas de comunicación entre las empresas y sus grupos de interés. El Pacto Global incita a las organizaciones a construir los diez principios fundamentales, establecidos en cuatro áreas distintas:

Derechos Humanos:

Apoyar y respetar el resguardo de los derechos humanos.

No ser coautor de injusticias de los derechos.

Derechos Laborales:

Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva.

Excluir el trabajo forzoso y obligatorio.

Prohibir cualquier forma de trabajo infantil.

Eliminar la discriminación de empleo y ocupación.

Derechos Medioambientales:

A las empresas les corresponderá conservar una dirección protectora que beneficie el medio ambiente.

Las empresas deben inculcar las decisiones que causen una mayor responsabilidad ambiental.

Las empresas deben favorecer el progreso y la propagación de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Guerra a la corrupción:

Las empresas e instituciones tendrán que trabajar contra la corrupción en todos los sentidos, incluidos extorsión y soborno.

- **Directrices de la OCDE.**

Las directrices de la OCDE forman parte de la Declaración de la Organización de Inversión Internacional y Empresas Multinacionales; las cuales, a pesar de que son vistas como un código voluntario, buscan que las empresas multinacionales consideren las políticas de los países en que operan, así como los distintos grupos de interés con los que interactúen. Tales directrices establecen que se deben respetar los derechos humanos de las personas y cooperar con la comunidad, así como cumplir con el marco legal establecido en materia ambiental, fiscal, de salud y seguridad, entre otros rubros. (Raufflet, Lozano, Barrera, & García de la Torre, Directrices de la OCDE, 2012)

Las directrices son recomendaciones, que los gobiernos realizan a las organizaciones multinacionales; que sujetan principios y correctas prácticas conforme a las normas internacionales de conducta colectivamente admitidas.

- **Principios CERES.**

Los Principios CERES, fueron originados por la organización mundial conocida como Coalición de Economías Ambientales Responsables; está formada por inversionistas, instituciones, asociaciones y entes de interés sin fines de lucro; que están dispuestos a efectuar los principios. El alcance de los principios comprende; auditorías y la exposición de informes oficiales en lo que pertenece a la dirección medioambiental, entre principios indicamos los siguientes:

Los Principales CERES son 10:

1. Resguardar la biosfera.
2. Uso sustentable de los recursos naturales.
3. Disminución de residuos y disposición de estos.
4. Preservación de la energía.
5. Reducción del riesgo.
6. Productos y servicios íntegros.
7. Renovación del ambiente.
8. Reporte a los grupos de interés sobre transacciones que los afecte.
9. Exposición de un compromiso con el ambiente en la gestión y en el consejo directivo.
10. Reportes ambientales.

1.10.2. Instrumentos de gestión de la RSE.

- **Global Reporting Initiative (GRI).**

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. En la actualidad es la guía de mayor uso en las organizaciones, la medición

de desempeño considera tres aspectos: económico, ambiental y social. (Raufflet, Lozano, Barrera, & García de la Torre, Global reporting initiative (GRI), 2012).

Además, con el paso del tiempo han aportado con indicadores, para cada uno de los ámbitos mencionados. También han generado documentos orientados a la implementación de estos lineamientos en pequeñas y medianas empresas.

¿Quién puede utilizar la Guía GRI?

Las directrices del GRI están consignadas a ser adaptable a las organizaciones, de todos los tamaños y tipos que operan en cualquier lugar. Sin embargo, fueron desarrollados principalmente con las necesidades de las empresas más grandes. De acuerdo con GRI, la distribución de información utilizada es de más de 1.500 organizaciones, incluyendo muchas de las marcas líderes en el mundo.

- **Estándar de aseguramiento AA1000.**

Estos principios fueron desarrollados por AccountAbility, organización británica, esta norma proveen instrumentos y estándares efectivos para el aseguramiento y la responsabilidad empresarial; la edición más actual de esta norma está registrada en el año 2008, el estándar de aseguramiento AA1000 consta con los siguientes principios.

1. Relevancia, es decir, que la organización tome en cuenta aquellos aspectos relacionados con el desempeño sustentable; que son vitales para la toma de decisiones de los grupos de interés.
2. Exhaustividad, con lo que se trata de entender los aspectos materiales del desempeño sustentable.
3. Capacidad de respuesta de la organización; a las inquietudes de los grupos de interés, políticas y estándares.

- **ISO 26000.**

La ISO 26000 es una guía internacional reguladora, de carácter voluntario; que puede implementarse en todo tipo de organizaciones, esta norma fue desarrollada por ISO (International Standard Organization) tiene el objetivo de orientar a las organizaciones sobre cómo implementar la Responsabilidad Social Empresarial.

La ISO 26000 busca servir de enlace entre los principios establecidos en materia de RSE y las diversas iniciativas, que presentan indicadores más puntuales; de esta forma, igual que el GR, se posiciona como una guía para aquellas empresas que tienen interés en reportar

sus avances en materia de RSE y sustentabilidad. (Raufflet, Lozano, Barrera, & García de la Torre, ISO 26000, 2012).

La norma tiene la siguiente estructura: introducción, alcance, referencias normativas, términos y definiciones, contexto de responsabilidad social en el que opera la organización, principios de responsabilidad social importantes para las organizaciones, orientación sobre los temas/materias centrales de responsabilidad social, orientaciones para implementar la responsabilidad social en las organizaciones, anexos de orientación y bibliografía. (ISO, 2010)

- **Norma Mexicana de Responsabilidad Social (IMNC)**

La Norma Mexicana de Responsabilidad Social fue creada por el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC). Se basa en 7 aspectos:

1. Valores éticos y morales.
2. Provecho recíproco de los entes inmiscuidos, como lo son clientes, proveedores, empleados, accionistas, comunidad y medio ambiente.
3. Liderazgo
4. Intervención de los trabajadores.
5. Orientación fundamentada en procedimientos.
6. Enfoque de un sistema para la gestión.
7. Mejora continua.

El objetivo de la Norma Mexicana; es proveer asistencia a las empresas que deseen implantar la forma sistemática la RSE. Además invita al uso de un sistema de gestión, que abarque objetivos éticos, económicos y ambientales con la finalidad de desarrollar bienes, servicios y satisfacción de necesidades.

1.10.3. Indicadores para la gestión de la RSE.

- **Ethos.**

Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (Brasil), fue creado por empresarios para apoyar a las organizaciones en la gestión de su RSE, es un centro de acopio de conocimiento, de intercambio de experiencias y de desarrollo de herramientas que ayudan a las empresas a analizar sus prácticas de gestión y a profundizar sus compromisos con la responsabilidad corporativa. Ofrece de manera gratuita en su sitio web; una serie de guías,

manuales y herramientas para incorporar los conceptos de la RSE y del desarrollo sostenible a la gestión de negocios de las empresas, al igual que para autoevaluar su aplicación. (CVNE, 2006)

El propósito del Instituto Ethos es propagar la práctica de la responsabilidad social de las empresas, organizaciones que ayudan a:

1. Comprender e reunir gradualmente el concepto de comportamiento empresarial socialmente responsable.
2. Emplear políticas y prácticas que se efectúen con los juicios éticos altos, que favorecen al logro del éxito económico sostenible a largo plazo.
3. Adjudicarse sus responsabilidades con todos los afectados por sus actividades.
4. Manifiestar a sus accionistas la importancia de un comportamiento socialmente responsable de la rentabilidad a largo plazo de su inversión.
5. Identificar formas transformadoras y eficaces de trabajar en colaboración con las comunidades en la construcción del bien común.
6. Triunfar, contribuyendo al desarrollo social, económico y ambientalmente sostenible.

- **SA8000.**

La SA8000 es una certificación voluntaria la cual fue creada por una organización estadounidense llamada Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International), con la intención de promover mejores situaciones laborales. La certificación SA8000 se fundamenta en convenios internacionales sobre las condiciones laborales; comprende temas como justicia social, derechos de los trabajadores, entre otros. (Ibarra & Castrillo, 2013)

Esta certificación indaga la regulación en temas laborales, las temáticas que se abordan son: trabajo infantil, trabajos forzados, seguridad en el trabajo, libertad de asociación, discriminación, medidas disciplinarias, horario de trabajo, remuneración, sistemas de gestión, e identificación de problemas y acciones reformativas.

CAPÍTULO 2: EL BALANCE SOCIAL COMO INSTRUMENTO DE LA RSE.

2.1. Definición de Balance Social.

Hoy en día, la importancia de lo social está obteniendo un impulso gradual, por la razón de que se está reconociendo el valor de los recursos humanos y la dependencia de la organización con la sociedad; los cuales son elementos precisos para el éxito o fracaso de la empresa, es por ello que algunos inversionistas, no solamente prestan atención a los datos económicos, sino también a lo que se refiere al personal y a la responsabilidad de la empresa con la comunidad. A nivel internacional, es diverso como las empresas detallan o publican la información relacionada con los recursos humanos y la sociedad; en algunos países lo hacen por obligación legal y en otros casos por política organizacional.

El balance social, es una herramienta que la empresa utiliza para reunir información con el fin de valorar cuantitativa y cualitativamente el desempeño de la responsabilidad social; en base a los activos y pasivos sociales, en su entorno interno como externo, durante una etapa determinada y con objetivos definidos y aceptados anticipadamente, con lo que se refiere al clima laboral y social.

El balance social es un mecanismo creado para que las empresas rindan cuentas de los impactos de su actuación en el área social, se trata de contraponer efectos positivos (beneficios sociales) a los efectos negativos (costes sociales). Si los segundos superan a los primeros, como por desgracia suele ocurrir, el balance social sería negativo lo cual representa un problema para la empresa y para la sociedad en su conjunto. (Jiménez, 2012)

Entre los beneficios sociales más comunes tenemos; la contribución económica donde opera la empresa, la implementación de nuevas plazas de trabajo, la contribución con la comunidad como donaciones o proyectos de conservación del medio ambiente, por otro lado entre los costes sociales más frecuentes está; la contaminación del entorno, la destrucción de los recursos del mundo, las lesiones en el trabajo, el estrés y problemas psicológicos, ausentismo laboral, desarrollo personal y profesional inadecuado.

El balance social es un documento voluntario, donde se reúne los principales datos y cifras en los que se resume el trabajo social de la organización, en el mismo se encuentra información de los beneficios sociales adicionales, las situaciones de limpieza y seguridad laboral, el entorno de depósitos y bodegas, la creación de escuela para párvulos, la gestión de medidas anticontaminantes y estado de vida de los trabajadores y sus familiares, estas circunstancias para que se generen depende generalmente de la empresa. Para la ejecución eficaz de un balance social en la organización, se necesita implementar exigencias elementales como: la presencia de una filosofía social, la confianza de la dirección y la responsabilidad corporativa.

2.2. Objetivos del Balance Social.

Los objetivos del balance social son:

- Ejecutar el análisis de la gestión de la empresa, en base al desempeño de su responsabilidad social en un tiempo definido, lo cual accede a concretar políticas, formar proyectos y normalizar la efectividad de las inversiones sociales, con la finalidad del desarrollo de sus colaboradores y de la sociedad.
- Como instrumento de gestión empresarial el balance social, le concierne a la dirección la organización de acciones tendientes a extender el rendimiento y la eficacia de sus empleados. Además se puede apreciar las operaciones en relación de costo y beneficio.
- Tener acceso a la información que constituye a los recursos humanos de la empresa y a las partes con los cuales ella tiene un vínculo; para lograr comunicar apropiadamente a la opinión pública sobre el desenvolvimiento social como organización.
- Como herramienta de gestión le aprueba a la empresa, estar al día en políticas y proyectos correspondidos con su responsabilidad social, ya que origina instrumentos más prácticos para medir y vigilar los resultados, los costos y los beneficios que se desglosan de sus acciones.

2.3. Ventajas del Balance Social.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el balance social por sí solo no podrá conseguir transformar una empresa, pero si es aplicado en un ambiente favorable, será un elemento de enorme utilidad. Su práctica facilitará el desarrollo de una política social voluntaria y no impositiva, ya que es una herramienta fundamental para la toma de decisiones relacionadas con la responsabilidad social libremente asumida. (OIT, 2001)

La ejecución del balance social en una empresa, tiene ventajas como:

- Ofrece información homogénea y detallada a la gerencia, en cuanto se refiere a las perspectivas sociales; cuya utilidad sirve para las decisiones en el planteamiento de políticas y acciones sociales. Además es fundamental para revelar las debilidades y fortalezas de la empresa, permitiendo rectificar los errores, que influye en el fracaso, si no son detectados a tiempo.
- Permite normalizar los activos con los que cuenta la empresa, valorando la eficiencia de los mismos.

- Ofrece un diagnóstico de las circunstancias socio- laborales de los trabajadores y a la vez a la contribución de la empresa al progreso completo del hombre, de igual forma favorece la comunicación.
- El balance social es una herramienta, que ayuda a la definición de políticas sociales a nivel de la empresa y sector, lo que dará respuesta a la gradual demanda de transparencia de las empresas.
- Compone una contribución vital para las negociaciones fusionadas, reduciendo paralelamente los riesgos de un conflicto.
- Revela la contribución de la empresa, al desarrollo humano del país, por ende es una herramienta que logra mejorar la calidad de vida.
- El balance social, añade valor a la imagen de la empresa, por la razón que origina una diferencia en la misma, lo que trae como beneficio la atracción de los accionistas y clientes.
- Ayuda a mejorar notablemente las relaciones con los grupos de interés, ya que la organización toma como acción informar, siendo transparentes con sus movimientos y decisiones, teniendo como resultado la confianza con sus diferentes grupos de interés.

2.4. Requerimientos básicos para implementar el Balance Social.

Dentro de los requerimientos básicos para la implementación del balance Social mencionamos los siguientes:

- **Estructuración de una política social:** La empresa debe conceder valor a lo social, como filosofía de la misma, ya que permite la estructuración de una política social que establece parámetros, en acciones determinadas para el buen desempeño de su responsabilidad social interna y externa, esta medida es primordial ya que; si no se le da la debida importancia no tendría ningún sentido, el balance social como herramienta.
- **Apoyo de alta gerencia:** Cabe recalcar que la realización de un balance social implica múltiples cambios, por lo que es necesario el apoyo y comprensión de la alta gerencia, ya que de no existir el respaldo suficiente quedará el balance social como un proyecto aislado.
- **Existencia de una estrategia corporativa integral:** El balance social se crea como un plan corporativo que implica a toda la empresa, no simplemente en su elaboración sino en el establecimiento y cumplimiento de objetivos, planes y presupuestos, de todos los funcionarios de la organización.

- **Conocimiento del concepto y contenido del balance social:** La organización no se debe limitar a saber el significado del balance social, ya que es preciso conocer el contenido, justificación y su razón de ser, pues en la medida que se está al corriente con su contenido y sus beneficios, mayor será el compromiso de la empresa y de la alta administración, de la misma comprensión se desglosa la necesidad y relevancia del balance social, para que este se ejecute por evidencia y no por imagen.
- **Definición de objetivos y metas:** En base a la realidad de la empresa y la información que posee sobre su política y proyectos sociales, se debe plantear objetivos y metas a su balance social, las mismas deben ser claras y realistas, dónde se vincule los grupos de interés de la empresa.

2.5. Modelo del Balance Social propuesto por la OIT.

El modelo fue planteado en el año de 1987, por la OIT Organización Internacional del Trabajo, CJC Cámara Junior de Colombia y ANDI Asociación Nacional de Industriales, establecido de la siguiente manera:

Área Interna: Hace referencia a las distintas operaciones y respuestas que efectúa la empresa hacia el personal, es importante ejecutar un diagnóstico y caracterización de todos los trabajadores con la finalidad de lograr interpretar y vincular correctamente la información, las variables del área interna está compuesta por tres grupos como:

- Características socio-laborales.
- Servicios sociales.
- Integración y desarrollo.

Área Externa: Esta área intenta valorar la gestión de la responsabilidad social con los diferentes grupos de interés que hacen posible la presencia y desarrollo de la empresa, el área externa posee un nivel de impacto diferente; con unos públicos es más inmediata y con otros es más indirecta, las variables del área externa está compuesta por tres grupos como:

- Relaciones primarias.
- Relaciones con la comunidad.
- Relaciones con otras instituciones.

Para cada situación se definen las variables e indicadores: Las variables son aquellas actividades que en su contenido puede variar y los indicadores reflejan esa variación. Los indicadores son un medio y no un fin para llevar a cabo un control de la gestión, ya que no constituyen un dato, si no que agregan valor a los resultados. (OIT, 2001)

En esta forma, las organizaciones deben precisar indicadores que le contribuyan información para vigilar su gestión en términos de eficiencia, eficacia, e impacto y excluir aquellos que no contribuyen información selecta.

Eficiencia: Grado de aprovechamiento de los recursos, es decir realizar de una manera adecuada las cosas.

Eficacia: Grado de satisfacción del consumidor por medio del producto o servicio, alcanzando los resultados esperados y correctos.

Impacto: Valorar el costo beneficio generado conforme con los objetivos de cada programa, proyecto o actividad.

Para cada uno de los indicadores se debe precisar un rango de gestión para el control, valoración y diseño de su medición, realizando las medidas correctivas necesarias de tal forma que brinden información acertada y legal para la toma de decisiones.

Es necesario recordar que existen indicadores a nivel operativo y estratégico y que no todos se informan en el balance social, por la razón que algunos indicadores ya forman parte de la actividad misma de la organización y no del desempeño de la responsabilidad social, así mismo la empresa puede elaborar indicadores como crea conveniente, es decir cuando el entorno en el que se desarrolla perturben de una forma u otra su actividad, la de sus colaboradores o la de su comunidad local.

Un indicador debe proporcionar valor agregado a la información, a la hora de establecerlo se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Que la información que se almacena sea ventajosa, suficiente y existente.
- Que las fuentes sean fiables.
- La información debe recogerse oportunamente, para tomar las decisiones de control o valoración.
- La información que facilite su causa, se debe sistematizar y concretar si se presenta cualitativa o cuantitativamente.
- Finalmente no se trata de mostrar resultados, sino de examinar los mismos en el marco de una política social y unos objetivos sociales.

Resumen de las Variables utilizadas en el Balance Social.

Tabla 1. Variables utilizadas en el Balance Social.

ÁREA INTERNA.
<p style="text-align: center;">CARACTERÍSTICAS SOCIO- LABORALES DEL PERSONAL.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Demografía.2. Absentismo.3. Rotación del Personal.4. Jornada Laboral.5. Salarios y Prestaciones.6. Relaciones Laborales.
<p style="text-align: center;">SERVICIOS SOCIALES DE LA EMPRESA AL PERSONAL.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Salud.2. Riesgos Profesionales.3. Fondos de Pensiones.4. Cajas de Compensación.5. Fondos de Empleados o Cooperativas.6. Vivienda.7. Alimentación.8. Transporte.9. Servicios Especiales.
<p style="text-align: center;">INTEGRACIÓN Y DESARROLLO DEL PERSONAL.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Información y Comunicación.2. Desarrollo Personal.3. Capacitación.4. Educación.5. Campañas Educativas.6. Tiempo Libre.
ÁREA EXTERNA.
<p style="text-align: center;">RELACIONES PRIMARIAS.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Familia del Trabajador.2. Jubilados.3. Accionistas.4. Canales de Distribución.5. Consumidor final.6. Competencia.

<ul style="list-style-type: none"> 7. Acreedores. 8. Proveedores.
<p>RELACIONES CON LA COMUNIDAD.</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Comunidad Local. 2. Sociedad. 3. Sector Público.
<p>RELACIONES CON OTRAS INSTITUCIONES.</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Gremios. 2. Medios de información. 3. Universidades e Instituciones de Investigación.

Fuente: Responsabilidad Social de las Empresas: Modelo de Balance Social. Isabel Caballero, Ana Balaguer. (2006)
 Elaboración: La Autora.

2.6. Tipología del Balance Social.

Existen varios métodos y formas para procesar y exponer la información de tipo social, cada uno con sus ventajas y desventajas. Su enfoque y contenido dependen de las necesidades informativas de la empresa y del medio, y varían según el marco jurídico-institucional y el sistema político-económico en que la empresa se desarrolla. Los modelos de balance social se pueden clasificar según distintos criterios, entre ellos se destaca la clasificación propuesta por el Instituto Nacional de Industrias de España (I.N.I.), que se detallan a continuación: (Liana Fernández, 1998).

2.6.1. Según el destinatario.

Balances sociales internos: Son los que brindan información a la alta gerencia y a los colaboradores de la organización, es decir a los agentes sociales internos, el balance social interno aporta y recopila información más concreta y analítica.

Balances sociales externos: Van dirigidos a los participantes sociales externos como la comunidad, el gobierno, los medios de comunicación, los consumidores, entre otros.

Balances sociales mixtos: Están orientados al público interno como externo.

2.6.2. Según su utilidad o finalidad.

Instrumentos de relaciones públicas: Intentan conseguir una excelente imagen de la organización.

Instrumentos de información empresarial: Recolectan información de los diferentes públicos sociales con que la organización se vincula, el balance social recoge estas investigaciones en un documento único.

Instrumentos de gestión social integrada: Contienen las etapas de planificación y control, el término de gestión social puede emplearse en un sentido limitado o en uno más extenso que abarca los objetivos económicos dentro de los sociales o a la par de los mismos.

2.6.3. Según quiénes lo laboran.

Balances sociales unilaterales: La responsabilidad del trabajo está a cargo de un solo funcionario social, habitualmente los directivos de la organización.

Balances sociales con participación parcial: Se añaden distintos empleados sociales en su elaboración, como los colaboradores o sus representantes.

Balances sociales multilaterales: Participa un número indefinido de empleados sociales, que poseería como límite utópico a todos los que interactúan con la organización, el inconveniente de esta clase de balance es cómo lograr plasmarlos en la práctica, por la diversidad de enfoques, necesidades de información, entre otros.

2.6.4. Según la obligatoriedad legal.

Balances sociales obligatorios por ley: En algunos países como Francia y Portugal el balance social se constituye como obligatorio, para las organizaciones que posean un número específico de trabajadores.

Balances sociales voluntarios: Su pronunciamiento es voluntaria para la empresa.

2.6.5. Según el método empleado para su elaboración.

Además es posible encontrar una diversa gama de clasificaciones de métodos para emprender, varias se describen más a la temática que al método en sí, las cuales mencionamos a continuación:

Según el sector al que pertenece el ente: Se distinguen dos en públicos y privados.

Según la cantidad de unidades de medida empleadas: Se les denomina unidimensionales o multidimensionales, algunas variables logran expresarse en dinero, en horas trabajadas, en cantidades físicas, entre otros.

Según la objetividad de sus mediciones: Se los diferencia conforme a modelos cuantitativos o cualitativos; numéricos o no numéricos correspondientemente.

Según su acercamiento a los modelos propuestos por la contabilidad tradicional: Se los clasifica en contables y no contables, es necesario recalcar que esta nomenclatura se refiere en sentido estricto al enfoque de la Contabilidad Patrimonial, sin considerar la evolución de la disciplina contable en estas últimas décadas. (Liana Fernández, 1998).

2.7. Criterios para elaboración del Balance Social.

Para constituir y efectuar el balance social como herramienta de gestión, se deben hacer como mínimo los siguientes pasos, es necesario mencionar que el orden no es obligatorio, ya que el mismo depende de cada empresa, además los pasos se pueden obtener conjuntamente, por la razón de que los mismos no establecen un tiempo específico.

- **Definir y planificar políticas y acciones:** El ejercicio de la responsabilidad social debe facilitar contestación a una técnica estratégica y a un plan social, jamás puede ser producto de operaciones apartadas, por medio de tareas informales o inversiones en propósitos comunitarios.
- **Hacer un diagnóstico de la realidad interna:** El informe social constituye el análisis social en un tiempo fijo, el cuál debe ser amplio así como también la aprobación de su responsabilidad social.
- **Definir objetivos sociales:** Ayuda a entender hacia que camino se debe regir la empresa, detallando programas y proyectos definitivos, los cuáles los describe cada área y los aprueba la alta gerencia.
- **Asignar responsabilidades:** Es fundamental organizar un equipo de trabajo multifacético, el cual asuma a manera de compromiso la elaboración, coordinación y ejecución de esta herramienta.
- **Definir el plan de trabajo:** El grupo de trabajo debe especificar qué información existe, que se puede medir, cómo medirlo, como comunicarlo, además es importante elaborar un cronograma que permita alinear las múltiples actividades a seguir.
- **Capacitación:** Se debe capacitar al equipo de trabajo, con la finalidad de que ellos comprendan el contenido, beneficios y requerimientos de política social y responsabilidad social de la organización.
- **Diseñar modelo o adecuar modelo:** Cabe recalcar que la responsabilidad social que cada empresa debe desempeñar es diferente, pues está estrechamente relacionada a su propia razón social, al sector al que corresponda, al tamaño al área territorial donde está situada, entre otros, es preciso puntualizar las variables e indicadores que descifren concretamente la gestión efectuada por cada empresa.

- **Diseñar flujos de información:** En base a las variables e indicadores determinados, es necesario especificar las fuentes de información, la persona adecuada para la recolección de datos, la tabulación y por último la exposición del balance social.
- **Análisis de la información:** La información que proviene de los indicadores no son datos aislados, estos deben ser examinados y valorados en base al cumplimiento de los objetivos sociales planteados.

2.8. Presentación de los Resultados del Balance Social.

El balance social es un instrumento de gestión, donde las empresas al momento de presentar los resultados les corresponde especificar el objetivo, los grupos de interés a los cuales va dirigido y la información que se pretende exponer. Por lo general, anualmente las organizaciones presentan el informe social simultáneamente con el informe económico, pero habitualmente se debe mostrar resultados de la gestión social para su control y evaluación.

La publicación del balance social debe comprender al menos los siguientes puntos:

a. Introducción y presentación.

En ella se debe hacer énfasis en cómo concibe la empresa su Responsabilidad Social y cuál es la Política Social que la sustenta, lo que implica divulgar los valores o credo institucional así como los objetivos sociales. (Isabel Caballero, 2006)

b. Informe Social.

Es la exposición de los resultados, examinando los mismos frente a etapas anteriores, para observar cuál ha sido el comportamiento de las variables y los indicadores, se debe realizar énfasis en el estudio del resultado más que en la cifra, fusionando datos con análisis cualitativo y cuantitativo, utilizando indicadores en base a los objetivos de la organización.

El informe social debe abarcar el desempeño que realiza la organización en su área interna y en el área externa y además tiene que contener el impacto de sus acciones en sus colaboradores y en la comunidad local, por ende el informe social no se tiene que limitar a exponer solo los resultados que sean convenientes para la empresa.

c. Cuadro de Balance.

Las organizaciones deben presentar el informe social añadiendo el cuadro de balance, pues el mismo resume el proceso de planificación y observación de la gestión social, en el cuadro de balance social, se exponen las variables y los indicadores sobre los cuales la organización fija objetivos para un determinado tiempo, siempre y cuando exista el conocimiento de la alta gerencia para evaluar su realización.

d. Conclusiones y recomendaciones.

Todo proceso de planificación, conlleva una evaluación de los resultados alcanzados para planear el siguiente periodo, igual sucede con el balance social, una vez concluido el periodo, se deben evaluar los resultados para establecer correctivos y hacer las recomendaciones necesarias para que la empresa pueda tomar decisiones sobre su gestión social para el siguiente periodo. (Isabel Caballero, 2006)

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. Principales hoteles que ofrecen alojamiento en la Ciudad de Loja

Tabla 2. Hoteles de la ciudad de Loja.

Nombre	RUC	Dirección	Categoría
Bombuscaro	1102089545001	10 de agosto y av. Universitaria	Primera
Grand Hotel Loja	1100095007001	av. manuel agustín aguirre y rocafuerte	Primera
Libertador	1190068257001	colon y bolívar	Primera
Ramses	1103869796001	colon 14-31 y bolívar	Primera
Podocarpus	1101254496001	josé a. eguiguren y 18 de noviembre	Segunda
Carrión	1101164067001	colon 16-36 y 18 noviembre	Tercera
Cristal Palace	1191748804001	av. universitaria y Rocafuerte	Segunda
Quo Vadis	1100581428001	av. isidro ayora y 8 de diciembre	Primera
Jardines Del Río	1102286299001	av. pio jaramillo 25-25 y kleper	Primera
Grand Victoria	1191717119001	bernardo valdivieso 06-56 y colón	Lujo
Howard Johnson	1191711307001	av. zoilo rodríguez y antisana	Lujo
Zamorano Real	1900291384001	miguel riofrío 14-62 e/ sucre y bolívar	Primera
Floy's Internacional	1102412457001	18 de noviembre e/ felix de valdivieso y quito	Segunda
La Castellana	1100634540001	lauro guerrero e/ azua y miguel riofrío	Segunda
Casben	1102083738001	av. isidro ayora y nueva loja	Primera

Fuente: Ministerio de Turismo de la ciudad de Loja
Elaboración: La autora

3.2. Datos generales del Hotel Howard Johnson de la Ciudad de Loja.

Ubicación: Dentro de la ciudad a 5 minutos del centro de la ciudad.

Aeropuerto: a 45 minutos del cantón Catamayo.

Dirección: Ciudadela Zamora, Avenida Zoilo Rodríguez s/n y Antisana.

Teléfono: (593 7) 258 9000.

Fax: (593 7) 258 9000.

E-mail: reservas@hojoloja.com.

Web: www.ghlhoteles.com.

3.3. Descripción del Hotel Howard Johnson de la Ciudad de Loja.

El Hotel Howard Johnson, es el primer hotel con marca internacional en Loja, operado por la cadena internacional GHL la misma opera en países como: Colombia, Panamá, Ecuador, Perú, Chile, Costa Rica, Argentina y Curazao, a nivel nacional el Hotel Howard Johnson presta sus servicios en la ciudad de Quito, Guayaquil y Loja.

El Hotel Howard Johnson es considerado un hotel de 5 estrellas en la ciudad, su pre apertura fue el 1 de noviembre del 2008 y la apertura el 1 de febrero del 2009, su único accionista en la actualidad es la Universidad Técnica Particular de Loja, cuenta con amplias y modernas instalaciones permitiendo que la estadía del huésped sea una experiencia inolvidable, está ubicado a cinco minutos del centro de la ciudad, en una zona que brinda seguridad y tranquilidad. El Hotel Howard Johnson tiene 73 modernas habitaciones con excelente vista a la ciudad e iluminación adecuada, las habitaciones están distribuidas en 6 pisos como se describen a continuación: 24 habitaciones sencillas con cama King ,44 habitaciones dobles con cama Queen, además baños con tina y camas adicionales hoteleras para formar habitaciones triples para grupos familiares y convenciones, en el piso 11 del hotel se encuentran 5 suites King con jacuzzi, también el Howard Johnson posee 5 amplios y modernos salones para eventos y una hermosa terraza con capacidad hasta de 300 personas.

3.4. Misión y Visión del Hotel Howard Johnson Loja.

Misión

La alta concepción que sentimos del noble ejercicio de la Hospitalidad nos compromete a buscar la excelencia en el servicio, brindando las más apropiadas soluciones (alojamiento, alimentos, comunicación, recreación y otras soluciones) a las necesidades de nuestros Huéspedes.

Visión

Consolidar a mediano plazo al Hotel Howard Johnson Loja en un Hotel Escuela junto con la UTPL, que ofrece servicios tanto de hospedaje, alimentación y recreación a nuestros huéspedes nacionales e internacionales que nos visitan por negocios y descanso; bajo los lineamientos de la cultura GHL HOTELES, quien opera la marca internacional Howard Johnson y que contribuirá en la formación de mejores futuros profesionales hoteleros, ser un hotel amigable con el medio ambiente y que brinde experiencias y servicios memorables.

3.5. Estructura organizacional básica del Hotel Howard Johnson Loja.

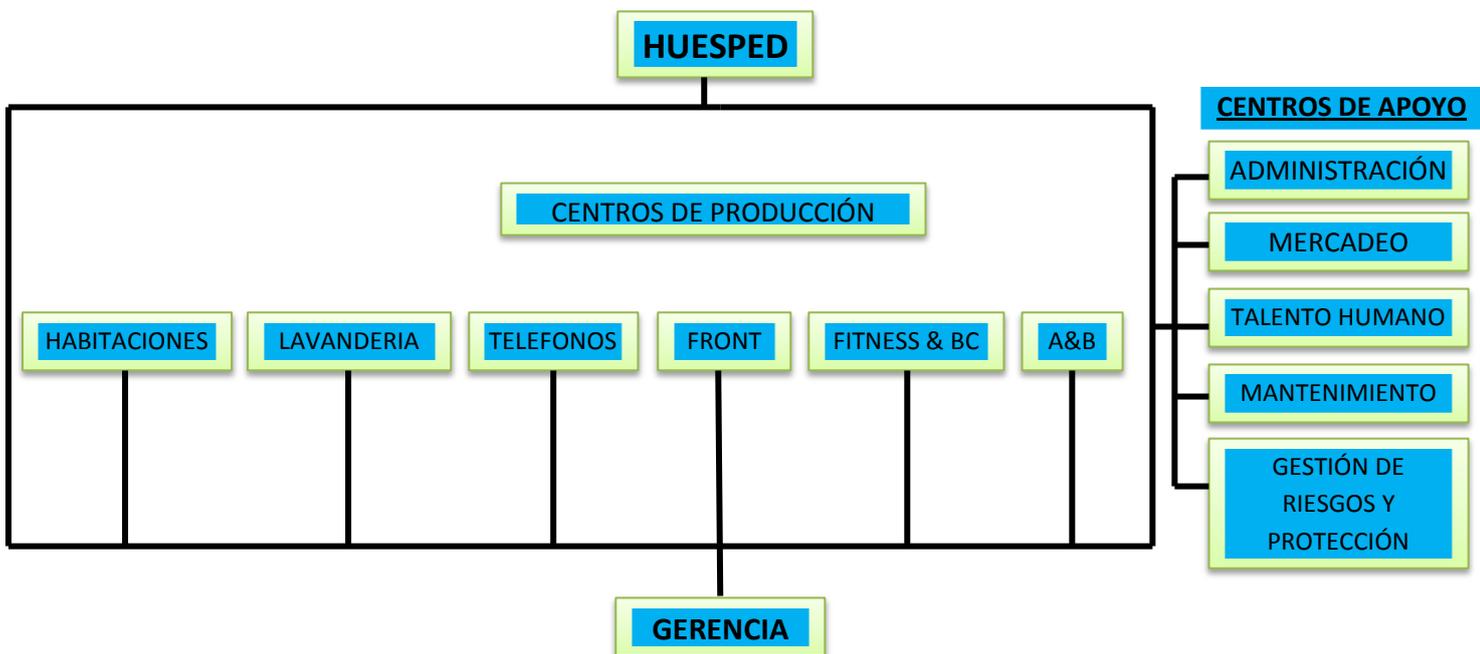


Figura 1. Organigrama básico del Hotel Howard Johnson
Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

3.6. Productos y servicios del Hotel Howard Johnson Loja.

El hotel Howard Johnson Loja cuenta con 73 habitaciones con excelente vista a la ciudad e iluminación natural, distribuida en 6 pisos 24 habitaciones sencillas con cama King, 44 habitaciones dobles con cama Queen y baños con tina, en el piso 11 tiene 5 suites King con Jacuzzi.

Dentro de los servicios y facilidades el hotel posee TV internacional, acceso a internet, wi-fi, mini bar, cajilla de seguridad, servicio de telefónico nacional e internacional, restaurante, bar, servicio de habitación, información turística, servicio de lavandería,

piscina, jacuzzi, turco, gimnasio, spa, centro de negocios, parqueadero cubierto y además cuenta con 5 amplios y modernos salones para eventos con capacidades desde 15 hasta 300 personas.

3.7. Políticas de Calidad del Hotel Howard Johnson Loja.

El hotel Howard Johnson maneja políticas de calidad en su empresa a continuación nombramos las siguientes:

- Contratar gente contenta, gente que le guste servir a la gente.
- Proporcionar a los colaboradores de la empresa el poder de decisión (empowerment) para que sean proactivos y logren prestar un servicio memorable, se les recompensa para obtener excelentes resultados.
- Ninguna persona puede prestar un servicio sin que conozca y practique perfectamente los estándares de servicio.
- Ofrecer al huésped un servicio específico que no pueda encontrar en otro hotel de la competencia.
- Se debe cumplir al huésped lo que se promete, si el huésped se siente insatisfecho por un mal servicio nunca se debe argumentar o discutir con él y no se le hace el cobro del servicio o se le devuelve el dinero, las garantías no deben ser condicionadas.
- Agradecer la queja de un huésped es la oportunidad de hacerle sentir bien y satisfecho, nunca se debe estar ocupado para atender la queja de un huésped, la respuesta a una queja o requerimiento es de carácter inmediato.
- Estar dispuesto las 24 horas del día para resolver con eficiencia las solicitudes del huésped, los mismos deben ser registrados para su seguimiento y verificación, los tiempos de respuestas se darán en minutos y no en horas.
- Es indispensable medir la satisfacción del huésped, se necesita más de los huéspedes que ellos de nosotros; siempre los huéspedes tienen opción.

3.8. Estudio de Mercado.

El estudio de mercado permite formar una idea en base a la viabilidad comercial de una actividad económica, en el estudio de mercado se examina la oferta y demanda, así como los precios y los canales de distribución, el mismo es de vital importancia ya que permite conocer de una manera clara el producto o servicio que se desea introducir en el mercado, además permite plantear un diseño de precios para el producto o servicio.

El estudio de mercado es un proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores,

disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (Thompson, 2008)

3.9. Título del proyecto.

“Diseño de un Modelo de Balance Social y Responsabilidad Social Empresarial, para el Hotel Howard Johnson de la Ciudad de Loja año 2015”.

3.10. Objetivos.

3.10.1 Objetivo general.

- Diseñar un modelo de balance social y responsabilidad social empresarial, para el hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja año 2015, que implique la colaboración de los agentes sociales como accionistas, personal y clientes internos y externos.

3.10.2 Objetivos específicos.

- Realizar un diagnóstico de la situación actual del hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja, en lo que se refiera al ámbito social, ambiental y económico.
- Identificar las dimensiones teóricas del balance social como parte aplicada para medir la RSE
- Diseñar los indicadores más eficientes de RSE a modo de propuesta para el hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja.

3.11. Hipótesis.

El contar con un modelo de balance social y responsabilidad social empresarial constituye una herramienta esencial para evaluar y gestionar el entorno social, ambiental y económico del hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja.

3.12. Variables de la Hipótesis.

Variable independiente: modelo de balance social y responsabilidad social empresarial.

Variable dependiente: herramienta para la evaluación y gestión del entorno social, ambiental y económico.

3.13. Metodología de la investigación.

El término metodología hace referencia al procedimiento de investigación que consiste en llevar a cabo varios objetivos en cierta rama, la metodología es esencial en toda investigación ya que tiene como principal ventaja la de sistematizar los procedimientos y técnicas que se requieren para cumplir las metas deseadas, la metodología para ser

eficaz debe ser ordenada, consecuente y admitir una dirección que permita estudiar un problema en su todo.

La metodología de investigación guía la forma como vamos a dirigir una investigación y la manera cómo vamos a recoger, examinar y catalogar los datos, con el fin de que los resultados obtenidos sean válidos, congruentes y que cumplan con los estándares de exigencia científica, existe la metodología cuantitativa o cualitativa.

3.14. Tipo y diseño de la investigación

En el presente trabajo se utilizó los siguientes tipos de investigación: exploratoria ya que el tema de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social en el Hotel Howard Johnson Loja, no ha sido suficientemente analizado en su totalidad, descriptiva porque permite especificar elementos o características de RSE en la empresa, cuantitativa ya que consiste en comparar e interpretar datos y aplicativa por la razón que se pone en práctica los conocimientos adquiridos en el estudio de la maestría.

3.15. Método de Investigación.

La realización del Diseño de un modelo de Balance Social y Responsabilidad Social Empresarial, para el Hotel Howard Johnson de la Ciudad de Loja demandó la aplicación de los métodos: científico, histórico y deductivo. El método científico facilita la recopilación bibliográfica en libros, revistas, internet entre otros, relacionada con la temática de la investigación con el objeto de fundamentar el marco teórico y conocer de manera específica la importancia del balance social y RSE en el Hotel Howard Johnson, de igual forma se utilizó el método histórico, que permitió obtener información acerca de los antecedentes y evolución que ha tenido la RSE en el hotel y el método deductivo que a través de una serie de herramientas e instrumentos permiten obtener información y llegar a una conclusión sobre la RSE de la empresa antes mencionada.

3.16. Población y muestra.

El Hotel Howard Johnson Loja está conformado de la siguiente manera:

Tabla 3. Áreas del hotel Howard Johnson Loja

Áreas	Empleados
Recepción	10
A&B Servicio	17

A&B Cocina	16
Administrativo y Áreas de Apoyo	13
Contraloría	5
Total	61

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Las encuestas aplicadas serán a las 61 personas que laboran en el Hotel Howard Johnson Loja.

3.17. Técnicas para la recolección de la información

Las técnicas que se utilizaron en la ejecución de esta investigación fueron las siguientes:

- Observación.
- Encuestas.
- Entrevistas

La Observación.- Con esta técnica se consiguió la información básica acerca de la temática a investigar como es el diseño de un modelo de balance social y responsabilidad social empresarial para el Hotel Howard Johnson de la Ciudad de Loja, aplicando una observación directa del entorno del hotel, orientada en evidenciar los elementos de responsabilidad social empresarial que ejercen en la empresa.

Encuestas.- Mediante la encuesta se obtendrán datos y opiniones relevantes acerca de la RSE, las mismas ayudarán al diagnóstico actual de la empresa y a la vez al planteamiento de la propuesta, la encuesta va dirigida a los 61 empleados que laboran en el Hotel Howard Johnson Loja.

La Entrevista.- Esta técnica permite obtener información precisa y verídica, la entrevista se realizó al gerente del Hotel al Sr. Herbert Moreno Jácome, y a la persona que administra el Departamentos de Recursos Humanos a la Economista Patricia Torres, la entrevista se basó en la temática de la investigación.

3.18. Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en el Hotel Howard Johnson de la Ciudad de Loja.

Para determinar el estado actual de RSE del Hotel Howard Johnson Loja, se elaboró una encuesta para los trabajadores del hotel con el objetivo de diagnosticar el nivel de conocimiento de RSE que tiene la empresa, además se recopiló datos precisos para la elaboración de un modelo de balance social y una memoria de sostenibilidad (GRI).

3.19. Tratamiento y análisis de datos.

Los datos adquiridos en las encuestas se van a tabular, luego se representaran en gráficos estadísticos para una mejor interpretación y comprensión.

3.20. Análisis y presentación de resultados.

3.16.1. Análisis y resultados de la encuesta realizada a los trabajadores.

Se diseñó una encuesta dirigida a los trabajadores del Hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja, dónde se pudo evidenciar la situación actual de la empresa en cuanto se refiere a la responsabilidad social empresarial y sus diferentes elementos. De la encuesta realizada a los colaboradores del hotel se obtuvieron los siguientes resultados:

1. Datos Generales.

Sexo:

Tabla 4. Sexo de los trabajadores.

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Masculino	37	61%
Femenino	24	39%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La Autora.

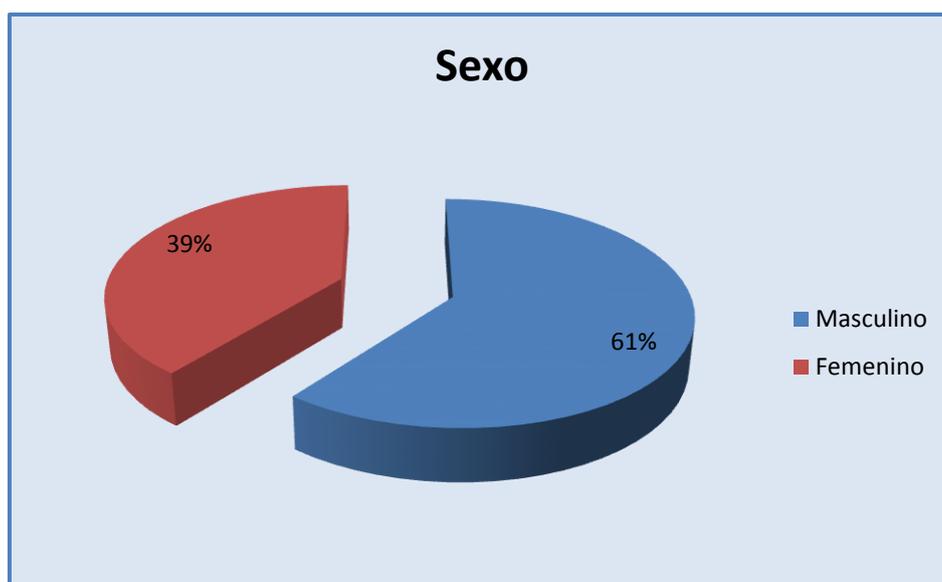


Figura 2. Sexo de los trabajadores

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 37 personas que corresponden al 61% pertenece al sexo masculino que constituye la mayoría, mientras que 24 personas que equivalen al 39% son de sexo femenino.

Edad:

Tabla 5. Edad de los trabajadores

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
18-25 años	10	16%
26-31 años	16	26%
32-40 años	25	41%
41-50 años	6	10%
51-60 años	3	5%
61 años en adelante	1	2%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

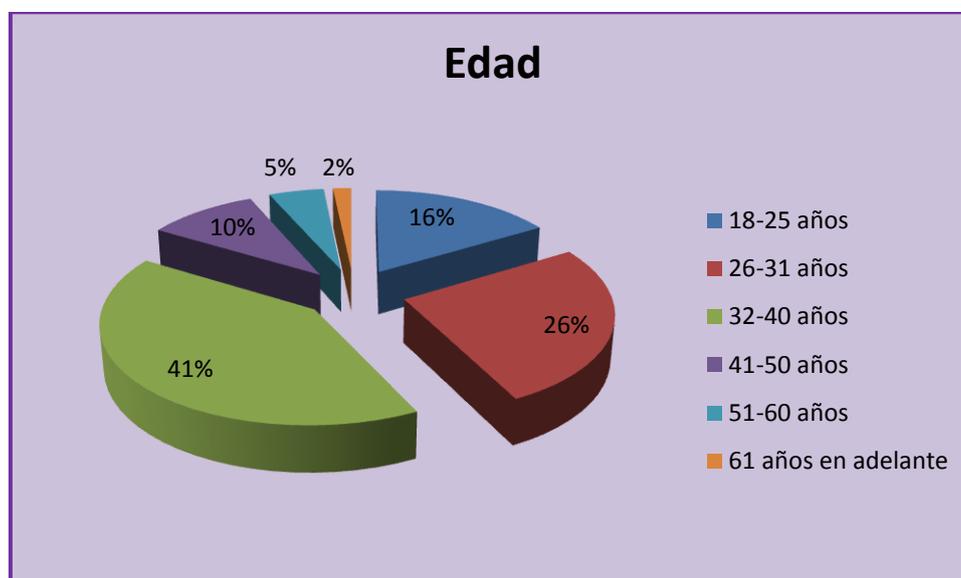


Figura 3. Edad de los trabajadores

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 25 personas que corresponden al 41% pertenecen a la edad de 32-40 años, 16 personas que es el 26% equivale al rango de 26-31 años,

mientras que 10 personas que es el 16% constituye la edad de 18-25 años, 6 personas que es el 10% representa el rango de 41-50 años de edad, 3 personas que es el 5% se encuentra en la edad de 51-60 años y por último existe 1 persona que equivale al 2% está en el rango de 61 años en adelante.

Estado civil:

Tabla 6. Estado civil de los trabajadores

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Soltero(a)	28	46%
Casado(a)	18	30%
Divorciado(a)	8	13%
Otros	7	11%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora



Figura 4. Estado civil de los trabajadores
 Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 28 personas que es el 46% son solteros(a), 18 personas que equivale al 30% son casados(a), 8 personas que es el 13% son divorciados(a) y 7 personas que pertenece al 11% están en unión libre, viudos(a).

Lugar de origen:

Tabla 7. Lugar de origen de los trabajadores

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Ciudad- Provincia Loja	44	72%
Otra ciudad	12	20%
Extranjero(a)	5	8%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)

Elaboración: La autora

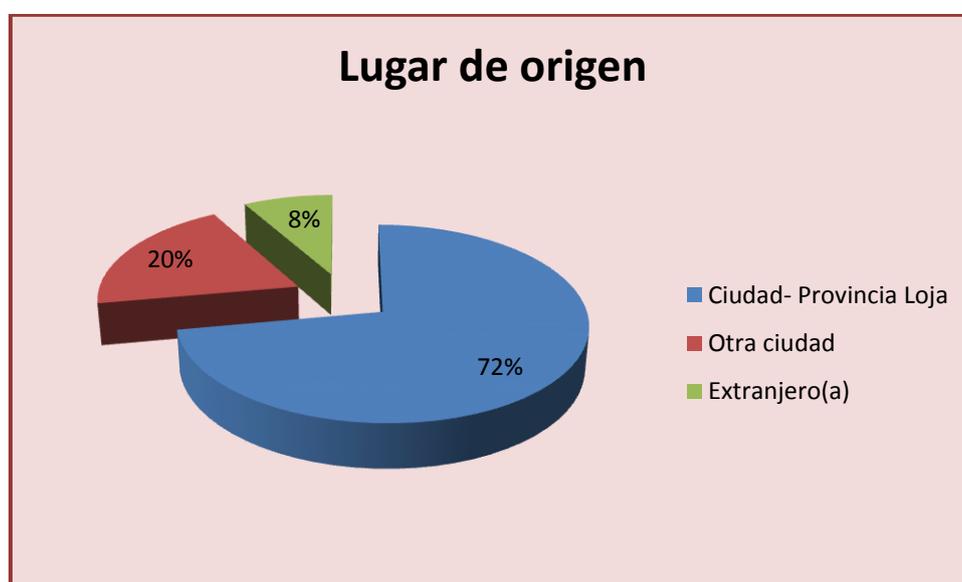


Figura 5. Lugar de origen de los trabajadores

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)

Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 44 personas que es el 72% son de la ciudad-provincia de Loja, mientras que 12 personas que es el 20% corresponden a otra ciudad y por último 5 personas que equivalen al 8% son extranjeros.

Nivel Educativo:

Tabla 8. Nivel educativo de los trabajadores

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Primaria	2	3%
Bachiller	20	33%

Tecnólogo	4	7%
Egresado	7	11%
Tercer Nivel	25	41%
Magíster	3	5%
PHD	0	0%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

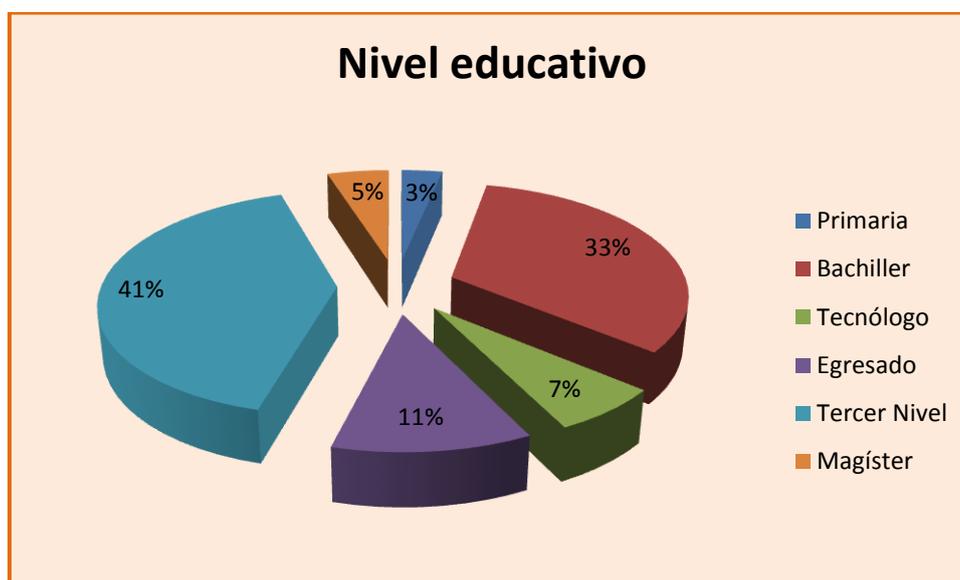


Figura 6. Nivel Educativo de los trabajadores
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 25 personas que es el 41% poseen título de tercer nivel, 20 personas que es el 33% son bachilleres, 7 personas que representa al 11% son egresados, 4 personas que es el 7% tienen el título de tecnólogos, 3 personas que es el 5% son magíster y 2 personas que es el 3% su nivel educativo es la primaria.

2. Tiene una obligación de carga familiar en su entorno.

Tabla 9. Carga familiar en su entorno

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Si	41	67%
No	20	33%

Total	61	100%
--------------	-----------	-------------

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

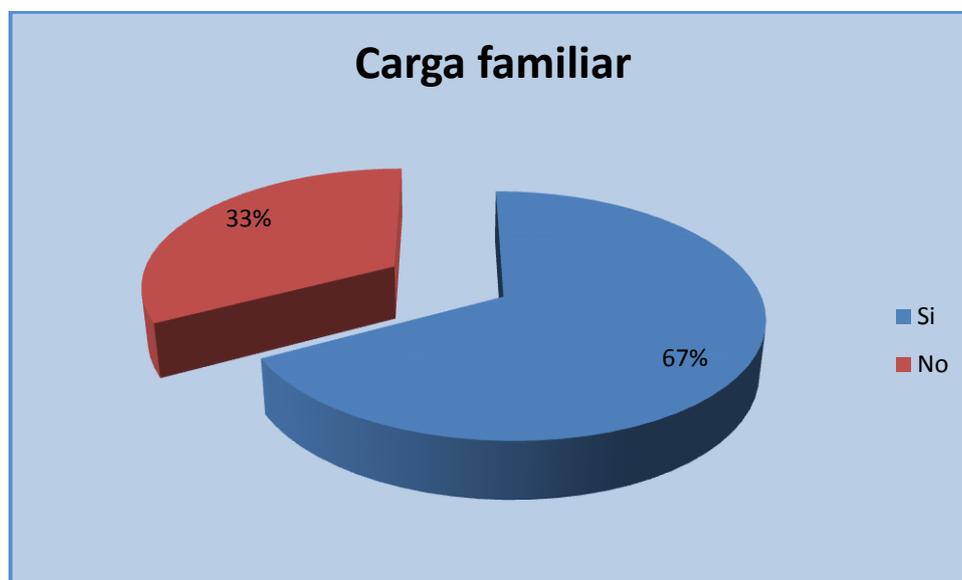


Figura 7. Carga familiar de los trabajadores
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 41 personas que es el 67% afirman tener una obligación de carga familiar, mientras que 20 personas que es el 33% dicen no tener ninguna carga familiar.

3. Indique el área que pertenece y cargo que desempeña en el Hotel Howard Johnson Loja.

Tabla 10. Área a la que pertenece el trabajador

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Recepción	10	17%
A&B Servicio	17	28%
A&B Cocina	16	26%
Administrativo y Áreas de Apoyo	13	21%
Contraloría	5	8%

Total	61	100%
--------------	-----------	-------------

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

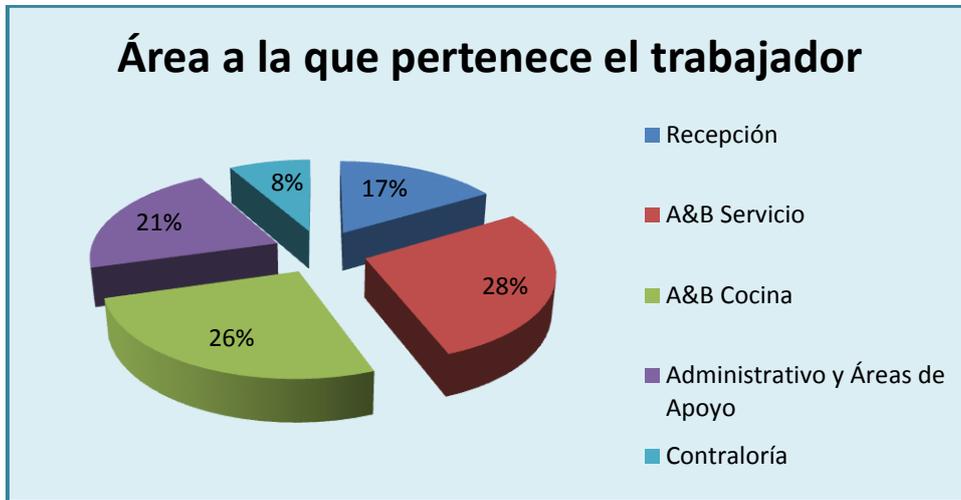


Figura 8. Área a la que pertenecen los trabajadores
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 17 personas que es el 28% trabajan en el área de A&B Servicio, 16 personas que representa el 26% se encuentran laborando en el área A&B Cocina, de igual forma 13 personas que equivalen al 21% trabajan en el área Administrativo y Áreas de Apoyo, 10 personas que es el 17% se encuentran en el área de Recepción y finalmente 5 personas que constituye el 8% laboran en el área de contraloría.

4. Qué tiempo usted trabaja en el Hotel Howard Johnson.

Tabla 11. Tiempo que trabaja en el hotel Howard Johnson

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Menor a 6 meses	4	7%
Entre 6 meses y menor a 1 año	5	8%
Entre 1 año y menor a 2 años	10	16%
Entre 2 años y menor a 3 años	13	21%

Entre 3 años y menor a 4 años	14	23%
4 años en adelante	15	25%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

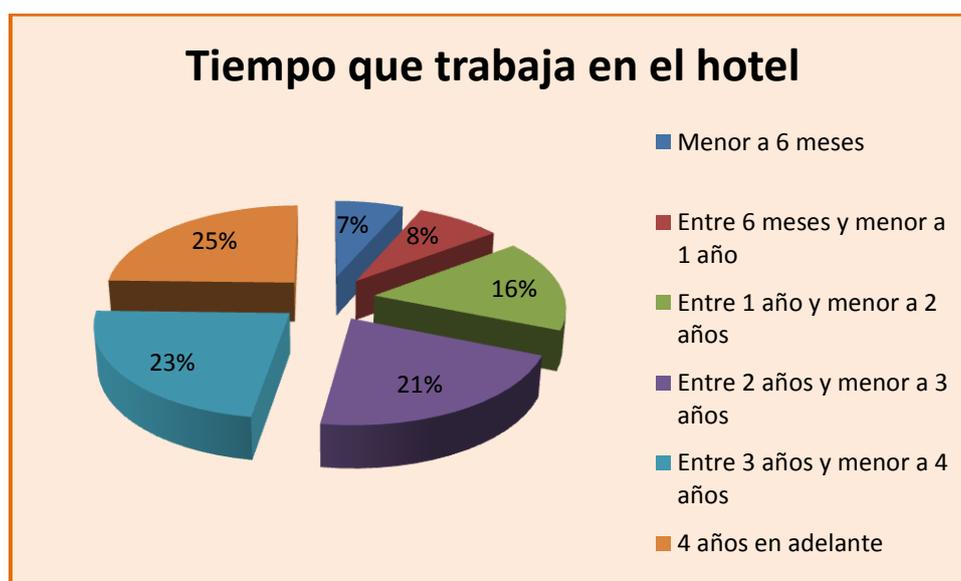


Figura 9. Tiempo que tiene trabajando los empleados en el hotel Howard Johnson
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 15 personas que es el 25% el tiempo que trabajan en el hotel es 4 años en adelante, 14 personas que pertenece al 23% laboran en la empresa entre 3 años y menor a 4 años, mientras que 13 personas que es el 21% trabajan entre 2 años y menor a 3 años, además 10 personas que es el 16% van trabajando entre 1 año y menor a 2 años, 5 personas que corresponde al 8% laboran en la empresa entre 6 meses y menor a 1 año y 4 personas que constituye el 7% el tiempo trabajando en el hotel es de menor a 6 meses.

5.Cuál es su salario en el hotel Howard Johnson.

Tabla 12. Salario de los trabajadores en el hotel Howard Johnson

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
\$301 a \$400	20	33%
\$401 a \$500	12	20%

\$501 a \$600	13	21%
\$601 a \$700	3	5%
\$701 a \$800	6	10%
\$801 a \$900	2	3%
\$901 a \$1.000	2	3%
\$1000 y más	3	5%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora



Figura 10. Salario de los trabajadores en el hotel Howard Johnson
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 20 personas que es el 33% el salario que ganan en el hotel es de \$301 a \$400, 13 personas que equivale a 21% su salario va desde \$501 a \$600, mientras que 12 personas que corresponde el 20% reciben una remuneración de \$401 a \$500, 6 personas que constituye el 10% el salario que perciben es de \$701 a \$800, además 2 personas que es el 3% la empresa paga por su trabajo \$801 a \$900, 2 personas que equivale al 3% su remuneración es de \$901 a \$1.000 y finalmente 3 personas que es el 5% ganan por su trabajo más de \$1.000.

6. El hotel Howard Johnson de qué manera cancela su salario.

Tabla 13. Cómo se cancela el sueldo en hotel Howard Johnson

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Quincenal	16	26%
Mensual	45	74%
Otros	0	0%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora



Figura 11. Cancelación del sueldo a los trabajadores en el hotel
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)

7. Desde que inició su trabajo en el hotel Howard Johnson que beneficios obtuvo.

Tabla 14. Beneficios en el hotel Howard Johnson

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Afiliación al IEES	6	10%
Décimo Tercero y Décimo Cuarto sueldo	0	0%
Ambos	52	85%
Ninguno	3	5%

Total	61	100%
--------------	-----------	-------------

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

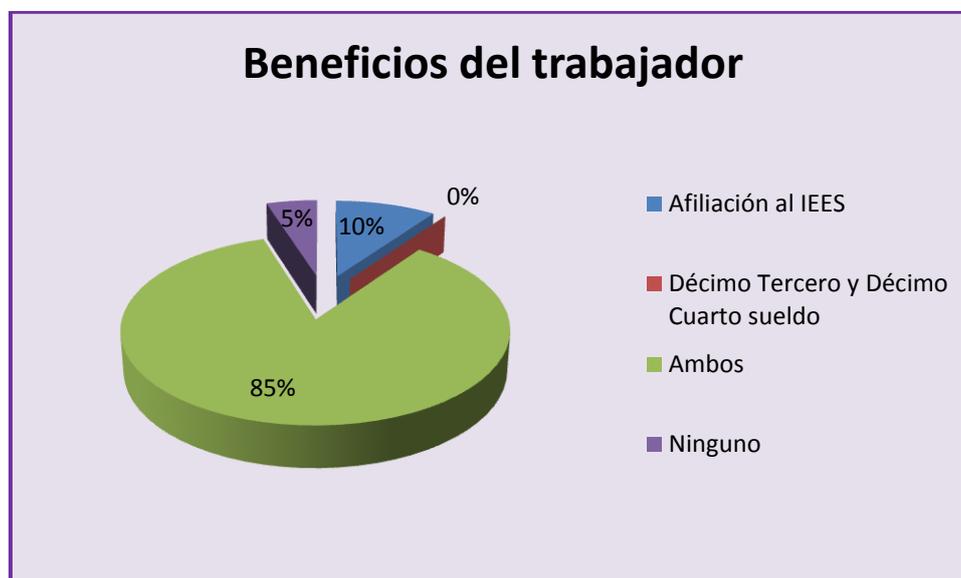


Figura 12. Beneficios de los trabajadores en el hotel Howard Johnson
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 52 personas que es el 85% que representa la mayoría reciben ambos beneficios que son afiliación al IEES y décimo tercer y décimo cuarto sueldo, mientras que 6 personas que es el 10% se encuentran afiliados al IEES y 3 personas que corresponde al 5% la minoría no obtienen ningún beneficio en la actualidad.

8. El hotel Howard Johnson efectúa rotación de personal en base a:

Tabla 15. Rotación de personal del hotel Howard Johnson

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Nivel Educativo	10	16%
Antigüedad	6	10%
Eficacia	14	23%
Disciplina o méritos del trabajo	22	36%

Otros	9	15%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

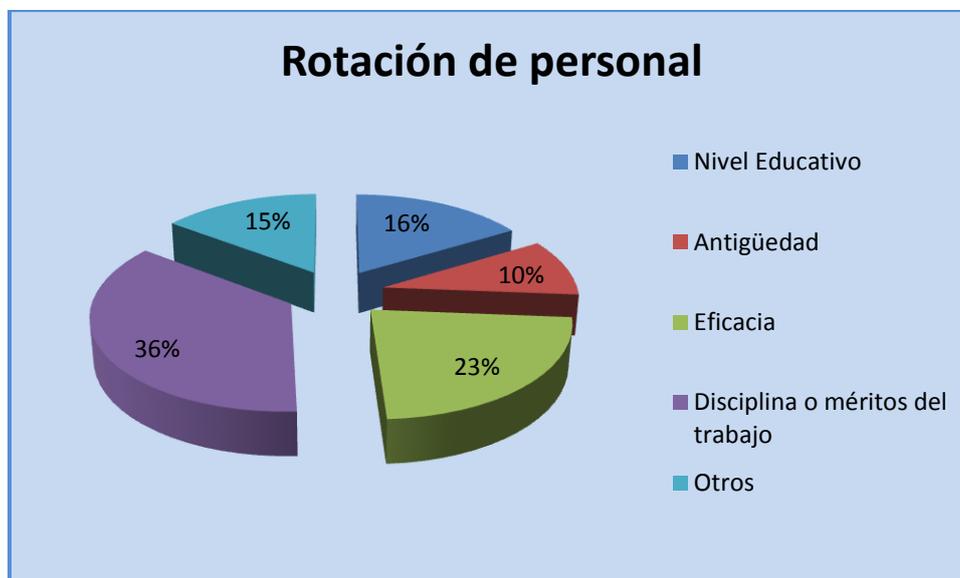


Figura 13. Rotación de los trabajadores en el hotel Howard Johnson
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 22 personas que es el 36% afirman que la rotación de personal se realiza a base de la disciplina o méritos del trabajo que realizan los colaboradores del hotel, 14 personas que representa 23% dicen que se efectúa rotación de personal por la eficacia cumplida, 10 personas que es el 16% manifiestan que se realiza la rotación del personal por el nivel educativo de cada empleado, 9 personas que es el 15% supieron decir que la rotación de personal se la hace por otros motivos muy aparte a los que están especificados en la encuesta como amistad, favoritismo y 6 que corresponde al 10% explicaron que el movimiento de personal de los realiza en base a la antigüedad de cada empleado.

9. Conoce o identifica que es un Balance Social.

Tabla 16. Conoce que es un Balance Social.

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Si	14	23%
No	36	59%
En parte	11	18%

Total	61	100%
--------------	-----------	-------------

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

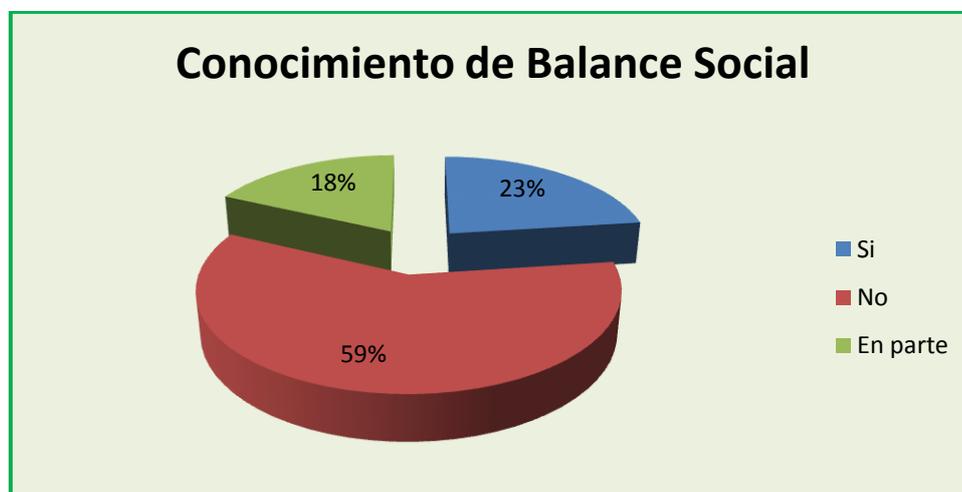


Figura 14. Conocimiento de Balance Social de los trabajadores
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 36 personas que es el 59% que representa la mayoría no conoce e identifica que es un balance social, 14 personas que es 23% afirman conocer que es un balance social y por último 11 personas que equivale el 18% dicen conocer en parte que es un balance social.

10. Tiene conocimiento sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 17. Conocimiento sobre el concepto de RSE.

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Si	30	49%
No	19	31%
En parte	12	20%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

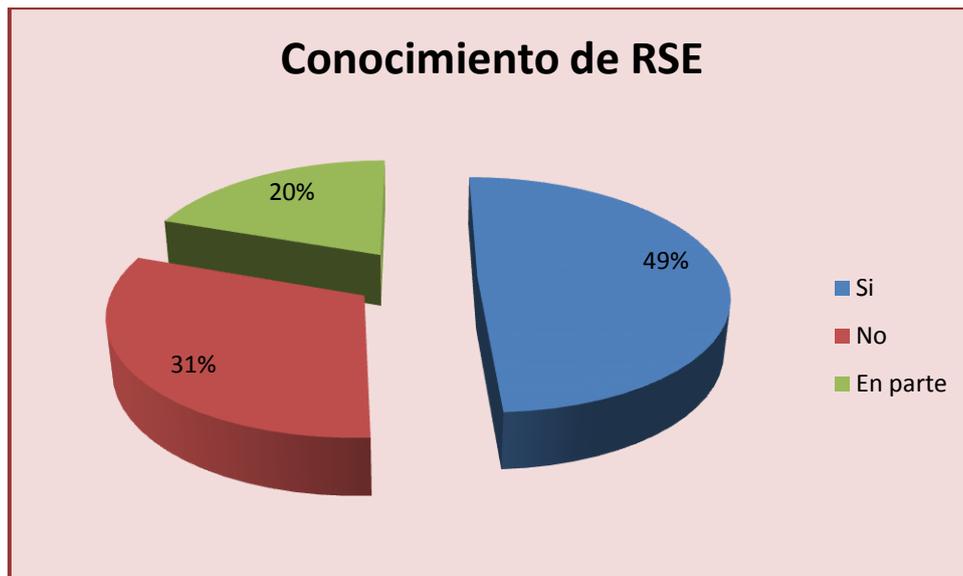


Figura 15. Conocimiento de RSE de los trabajadores
 Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 30 personas que es el 49% afirman conocer que es la responsabilidad social empresarial, mientras que 19 personas que equivale al 31% desconoce el concepto de RSE y 12 personas que es el 20% dicen conocer en parte el concepto de RSE.

11. De acuerdo a su criterio cuando se habla de Responsabilidad Social Empresarial a que hace referencia.

Tabla 18. Cuando se habla de RSE a que hace referencia

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Responsabilidad económica	14	23%
Responsabilidad social	19	31%
Responsabilidad ambiental	4	7%
Todas las anteriores	21	34%
Otros	3	5%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora



Figura 16. La RSE a qué hace referencia
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora.

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 21 personas que es el 34% respondieron que la RSE hace referencia a las tres responsabilidades como económica, social y ambiental, mientras que 19 personas que equivale al 31% dicen que la RSE se refiere a la responsabilidad social, 14 personas que es el 23% afirman que la RSE es la responsabilidad económica, además 4 personas que corresponde al 7% acotan que la RSE va ligado solo con la responsabilidad ambiental y para finalizar 3 personas que es el 5% dicen que la RSE hace referencia a otros aspectos como a la responsabilidad con el estado.

12. El hotel Howard Johnson socializa el concepto de RSE con sus empleados.

Tabla 19. El hotel Howard Johnson socializa el concepto de RSE con sus empleados.

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Si	25	41%
No	18	30%
En parte	11	18%
Desconoce	7	11%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora



Figura 17. El hotel socializa el concepto de RSE con sus empleados
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 25 personas que es el 41% afirmaron que el hotel Howard Johnson socializa el concepto de responsabilidad social empresarial con sus empleados, 18 personas que es el 30% comentan que el hotel no socializa la RSE, 11 personas que equivale al 18% dicen que la RSE se socializa en parte con los colaboradores y 7 personas que corresponde al 11% desconocen si el hotel socializa el concepto de responsabilidad social empresarial con sus empleados.

13. El Hotel Howard Johnson socializa el concepto de RSE con sus proveedores.

Tabla 20. El hotel Howard Johnson socializa el concepto de RSE con sus proveedores.

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Si	13	21%
No	22	36%
En parte	6	10%
Desconoce	20	33%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora



Figura 18. El hotel socializa el concepto de RSE con sus proveedores
 Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 22 personas que es el 36% contestaron que el hotel Howard Johnson no socializa el concepto de responsabilidad social empresarial con sus proveedores, 20 personas que es el 33% desconocen que el hotel socialice la RSE, mientras que 13 personas que equivale al 21% dicen que si socializa el hotel la RSE con sus proveedores y finalmente 6 personas que corresponde al 10% dicen que el hotel en parte socializa el concepto de responsabilidad social empresarial con sus distribuidores.

14. El hotel Howard Johnson socializa el concepto de RSE con sus clientes.

Tabla 21. El hotel Howard Johnson socializa el concepto de RSE con sus clientes

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Si	20	33%
No	5	8%
En parte	17	28%
Desconoce	19	31%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora



Figura 19. El hotel socializa el concepto de RSE con sus clientes
 Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 20 personas que es el 33% afirmaron que el hotel Howard Johnson socializa el concepto de responsabilidad social empresarial con sus clientes, 19 personas que equivale al 31% desconocen que el hotel socialice la RSE, además 17 personas que corresponde al 28% comentan que el hotel en parte socializa la RSE con sus consumidores y por último 5 personas que corresponde al 8% dicen que el hotel no socializa el concepto de responsabilidad social empresarial con los clientes.

15. Identifica los diferentes grupos de interés o stakeholder con los cuales interactúa el hotel Howard Johnson.

Tabla 22. Identifica los grupos de interés con los cuales interactúa el hotel

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Si	37	61%
No	5	8%
En parte	19	31%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora



Figura 20. Identifica los grupos de interés con los cuales interactúa el hotel
 Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 37 personas que es el 61% que representa la mayoría afirman conocer los grupos de interés o stakeholder con los cuales interactúa el hotel, 19 personas que es el 31% dicen conocer en parte los diferentes grupos de interés y 5 personas que representa al 8% no conocen los grupos de interés con los cuales interactúa el hotel Howard Johnson.

16. Conoce de que se trata los reportes sociales o memorias de sostenibilidad.

Tabla 23. Conoce los reportes sociales o memorias de sostenibilidad.

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Si	18	30%
No	33	54%
En parte	10	16%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora



Figura 21. Conoce los reportes sociales o memorias de sostenibilidad
 Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 33 personas que es el 54% que representa la mayoría no saben que son los reportes sociales o memorias de sostenibilidad, 18 personas afirman conocer lo que es una memoria de sostenibilidad y 10 personas que equivale el 16% respondieron que conocen en parte lo que son los reportes sociales o memorias de sostenibilidad.

17. Ha notado algún tipo de discriminación como por ejemplo.

Tabla 24. Tipo de discriminación en el hotel.

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Discriminación de género	8	13%
Discriminación de raza	1	2%
Discriminación de nivel socio-económico	6	10%
Discriminación de orientación política	3	5%
Discriminación de orientación sexual	2	3%
Ninguna	41	67%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora

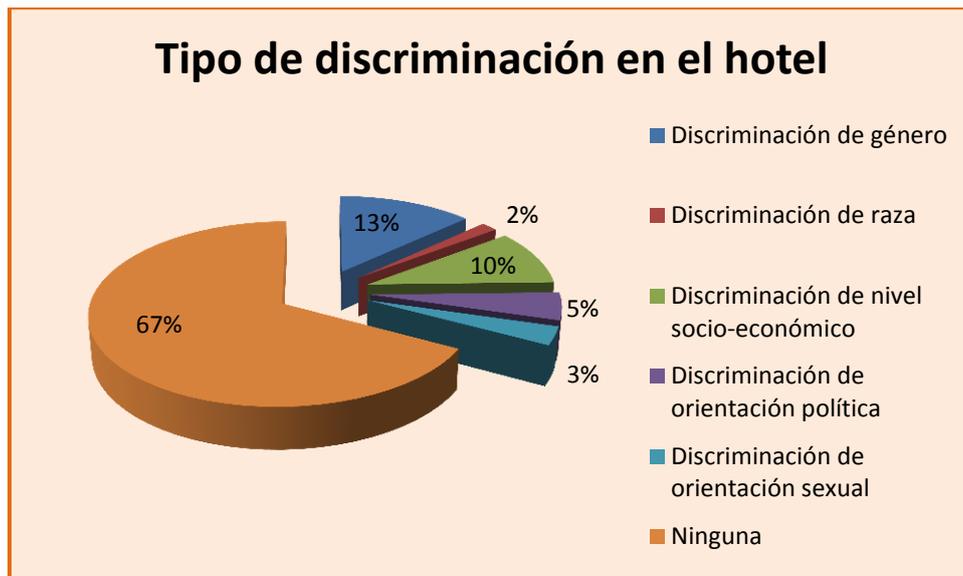


Figura 22. Tipo de discriminación en el hotel
 Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 41 personas que es el 67% que representa la mayoría no han tenido ningún tipo de discriminación en el hotel, 8 personas que es el 13% manifiestan haber tenido discriminación por género y 6 personas que equivale al 10% afirman discriminación por el nivel socio-económico.

18. Cómo califica el clima laboral de la empresa.

Tabla 25. Clima laboral del hotel.

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Excelente	22	36%
Bueno	34	56%
Malo	3	5%
Regular	2	3%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora

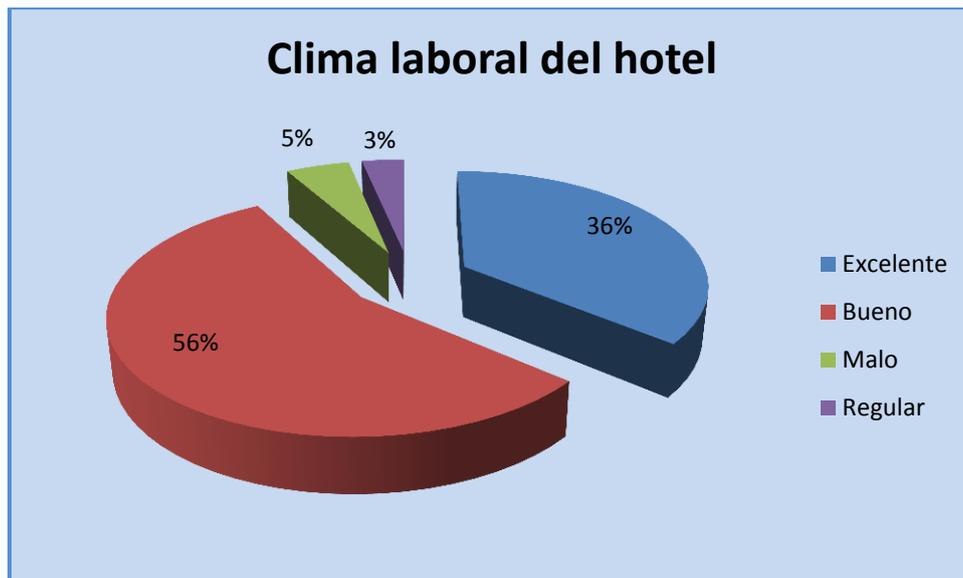


Figura 23. Clima laboral del hotel

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)

Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 34 personas que es el 56% que representa la mayoría manifestaron que el clima laboral en el hotel es bueno, 22 personas que constituye el 36% comentaron que el clima laboral es excelente, mientras que 3 personas que es el 5% afirmaron que es malo el clima laboral y finalmente 2 personas que es el 3% la minoría supieron decir que es regular el clima laboral en el hotel Howard Johnson.

19. En el hotel cómo se toman las decisiones ante cualquier situación.

Tabla 26. Toma de decisiones en el hotel

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Con ayuda de los trabajadores	0	0%
El gerente y directivos toman las decisiones	61	100%
Otros	0	0%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)

Elaboración: La autora

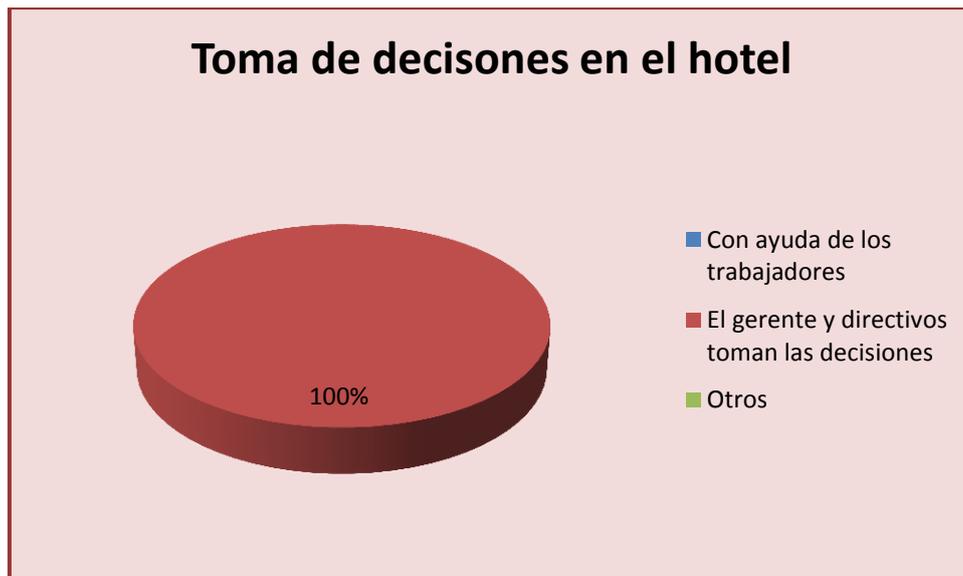


Figura 24. Toma de decisiones en el hotel
 Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas en su totalidad que es el 100% expresaron que las decisiones ante cualquier situación en el hotel las toman el gerente y los directivos.

20. Usted conoce si el Hotel Howard Johnson invierte en:

Tabla 27. Inversión del hotel Howard Johnson

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Proyectos de interés social	15	25%
En el medio ambiente	13	21%
Trabajos voluntarios	3	5%
Donaciones	24	39%
No invierte mucho	5	8%
No existe inversión	1	2%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
 Elaboración: La autora

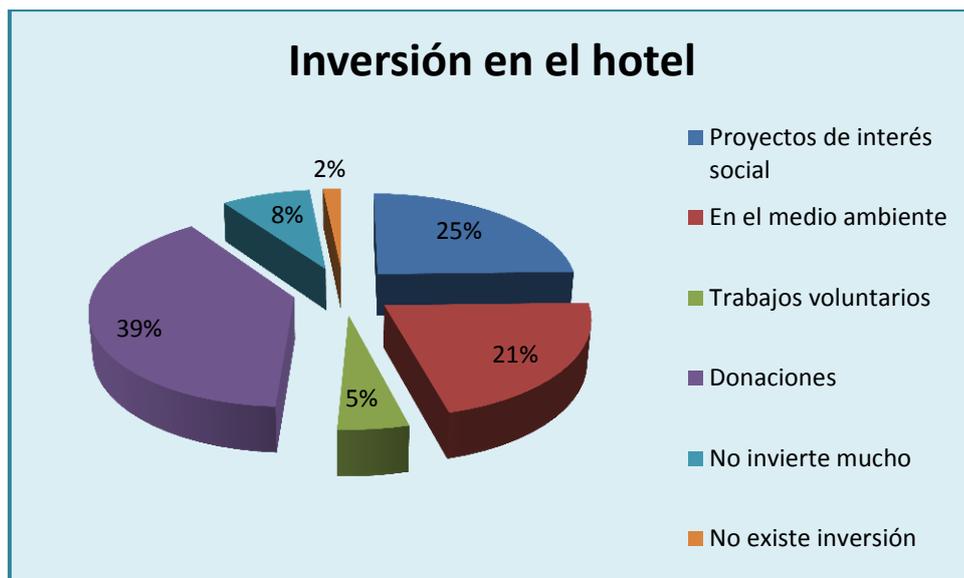


Figura 25. Inversión en el hotel
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 24 personas que corresponde al 39% afirman que el hotel invierte en donaciones hacia los grupos más vulnerables de la ciudad, 15 personas que es el 25% comentan que el hotel invierte en proyectos de interés social, 13 personas que equivale el 21% manifiestan que el hotel Howard Johnson invierte en el cuidado del medio ambiente, 5 personas que es el 8% dicen que no invierte mucho el hotel en estos aspectos, de igual manera 3 personas que corresponde al 5% argumenta que el hotel realiza trabajos voluntarios y 1 persona que es el 2% la minoría nos supo manifestar que no existe inversión.

21. El hotel Howard Johnson invierte en Programas Sociales para los trabajadores.

Tabla 28. Inversión en programas sociales para los trabajadores.

Opción	Número de Respuestas	Porcentaje
Alimentación	43	20%
Transporte	50	23%
Vivienda	3	1%
Deporte	53	24%
Cultura	8	4%

Planes Vacacionales	5	2%
Capacitación	57	26%
Ninguno	0	0%
Total de Respuestas de encuestados	219	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

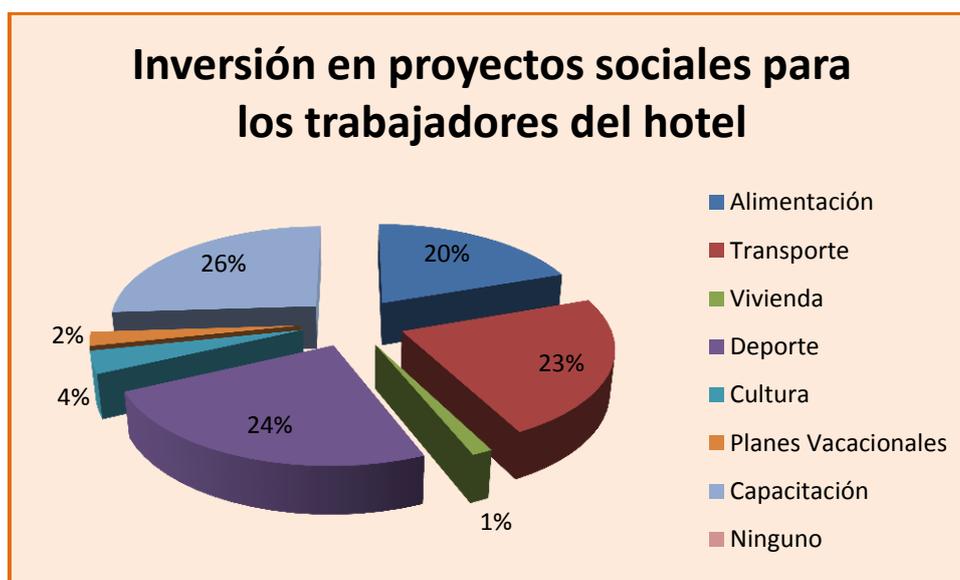


Figura 26. Inversión en proyectos sociales para los trabajadores del hotel
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

Por ser una pregunta abierta generó varias contestaciones en las 61 encuestas aplicadas, como resultado se dio las siguientes respuestas con sus respectivos porcentajes el hotel Howard Johnson invierte en programas sociales para los trabajadores en capacitación con el 26%, deporte con el 24%, transporte con el 23% y alimentación con el 20% dando un total del 93% de inversión social que tiene el hotel para sus trabajadores, por otro lado la minoría opina que el hotel invierte en cultura el 4%, planes vacacionales 2% y vivienda 1% dando un total de 7% de inversión del hotel en estos programas.

22. El hotel Howard Johnson para la motivación del personal utiliza recursos como:

Tabla 29. Para la motivación del personal que recursos utiliza el hotel

Opción	Número de Respuestas	Porcentaje
Capacitación constante	59	39%
Desarrollo personal	46	30%
Incentivos económicos	33	22%
Ninguno	0	0%
Otros	14	9%
Total de respuestas de encuestados	152	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora



Figura 27. Recursos que utiliza el hotel para la motivación del personal
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

Por ser una pregunta abierta generó múltiples contestaciones en las 61 encuestas aplicadas, como resultado se dio las siguientes respuestas con sus pertinentes porcentajes el hotel Howard Johnson para la motivación del su personal utiliza recursos como capacitación constante con el 39%, desarrollo personal con el 30% e incentivos económicos con el 22% dando un total del 91%, por otro lado la menor parte el 9% opina que el hotel utiliza otros recursos para la motivación del personal.

23. El hotel Howard Johnson cómo colabora en la reducción del impacto ambiental.

Tabla 30. Cómo colabora el hotel en la reducción del impacto ambiental.

Opción	Número de Respuestas	Porcentaje
En reducción de emisiones	30	19%
En reducción de energía	51	31%
En reciclaje de desechos	42	26%
En ahorro de agua	39	24%
Ninguno	0	0%
Otros	0	0%
Total de respuestas de encuestados	162	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

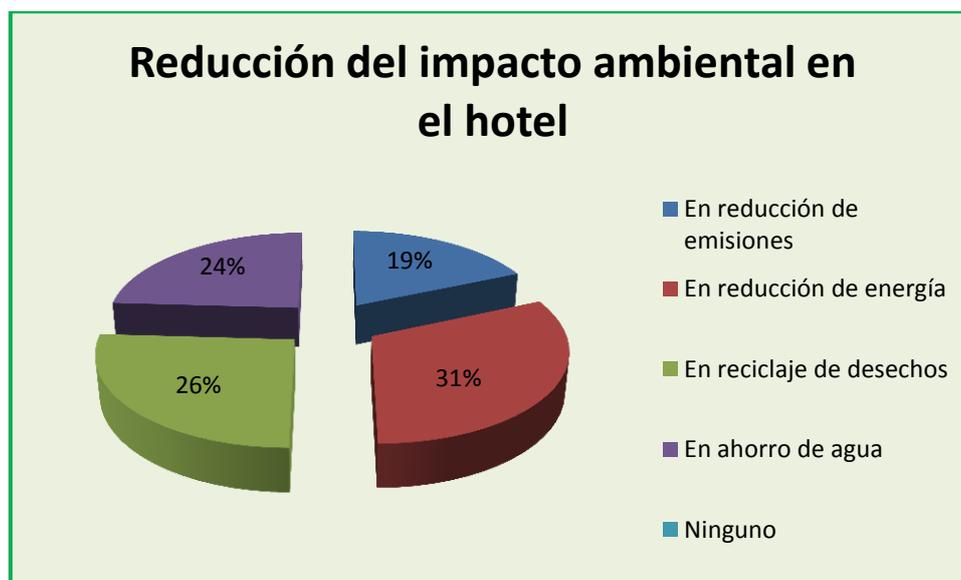


Figura 28. Como colabora el hotel en la reducción del impacto ambiental
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

Por ser una pregunta abierta generó múltiples contestaciones en las 61 encuestas aplicadas, como resultado se dio las siguientes respuestas con sus respectivos porcentajes el hotel Howard Johnson colabora en la reducción del impacto ambiental de la siguiente forma: en reducción de energía con el 31%, en reciclaje de desechos

con el 26%, en ahorro de energía con el 24% y finalmente con la reducción de emisiones con el 19%, dando un total del 100%.

24. En el hotel Howard Johnson se trabaja de una forma.

Tabla 31. De qué manera se trabaja en el hotel

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Transparente (democrática, responsable)	61	100%
No transparente (antidemocrática, corrupta)	0	0%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora



Figura 29. Como se trabaja en el hotel

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas en su totalidad que es el 100% manifestaron que el hotel Howard Johnson s trabaja de una manera democrática y responsable.

25. Que actividades promueve el hotel Howard Johnson.

Tabla 32. Actividades que promueve el hotel

Opción	Número de Respuestas	Porcentaje
Culturales	52	19%

Deportivas	53	20%
Ambientales	48	18%
Económicas	5	2%
Educacionales	58	22%
Salud	52	19%
Ninguna	0	0%
Total de Respuestas de encuestados	268	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora



Figura 30. Actividades que promueve el hotel
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

Por ser una pregunta abierta que tiene múltiples opciones, se presentaron varias respuestas en las 61 encuestas aplicadas, como resultado se dio las siguientes contestaciones con sus respectivos porcentajes el hotel Howard Johnson promueve las siguientes actividades: educacionales 22%, deportivas 20%, culturales 19% y de salud 19%, dando un total del 98% donde el hotel promueve dichas actividades.

26. Qué actividades considera parte de la Responsabilidad Social Empresarial RSE.

Tabla 33. Actividades que considera parte de la RSE.

Opción	Número de Encuestados	Porcentaje
Compromiso con la protección del medio ambiente	6	9%
Transparencia en la administración de la empresa	9	15%
Políticas de Recursos Humanos justas	12	20%
Todas las anteriores	34	56%
Ninguna	0	0%
Otras	0	0%
Total	61	100%

Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

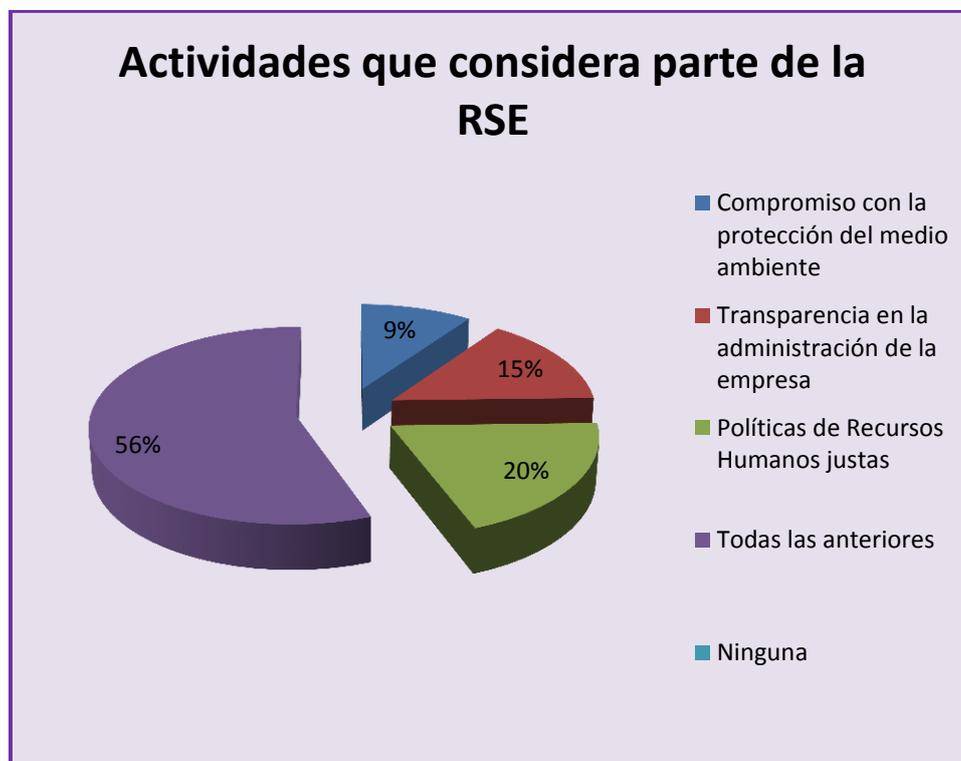


Figura 31. Actividades que considera parte de la RSE
Fuente: Encuesta a los trabajadores del hotel Howard Johnson Loja (2015)
Elaboración: La autora

Análisis

De las 61 encuestas aplicadas 34 personas que equivale el 56% opinan que las actividades que consideran parte de la RSE son el compromiso con la protección del medio ambiente, transparencia en la administración de la empresa y políticas de recursos humanos justas, mientras que 12 personas que pertenece al 20% dicen que la actividad que consideran parte de la RSE es las políticas de recursos humanos justas, 9 personas que es el 15% manifestaron que la actividad que creen que es parte de la RSE es la transparencia en la administración de la empresa y finalmente 6 personas que corresponde al 9% dicen que el compromiso con la protección del medio ambiente es parte de la actividad de la responsabilidad social empresarial.

3.21. Análisis general de los puntos más fuertes del estudio realizado en el Hotel Howard Johnson de la Ciudad de Loja.

A través del estudio ejecutado se logró conocer que los empleados desde que inician a trabajar en el hotel reciben los beneficios de ley que les corresponde, además la rotación de personal se la hace en base a la disciplina y méritos en el puesto de trabajo, como punto vital se evidencio que no existe conocimiento por parte del personal de lo que es un balance social y una memoria de sostenibilidad en sí, por lo que se detecta la importancia de fortalecer la responsabilidad social empresarial dentro del hotel, existe conocimiento de algunos empleados del concepto de RSE pero no de una forma total e integra. El hotel Howard Johnson socializa más el concepto de responsabilidad social empresarial con sus clientes que con sus proveedores, el clima laboral de la empresa es bueno y las decisiones ante cualquier situación la toma el gerente y directivos. La empresa invierte más en donaciones y en el medio ambiente, de igual forma invierte en programas sociales para los trabajadores como alimentación, capacitación, deporte, cultura y transporte, el hotel colabora con la reducción del impacto ambiental a través de reciclaje de desechos, reducción de energía y ahorro de agua, dentro de las actividades que los empleados consideran parte de la RSE y que les gustaría que se ponga en práctica de una manera armónica y correcta en el hotel es el compromiso con la protección del medio ambiente, transparencia en la administración de la empresa y políticas de recursos humanos justas.

**CAPÍTULO 4: DISEÑO DE UN MODELO DE BALANCE SOCIAL Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA EL HOTEL HOWARD
JOHNSON.**

4.1. Introducción.

Acerca del Balance Social y Memoria de Sostenibilidad.

La RSE, se conceptualiza como el beneficio activo y facultativo al progreso social económico y ambiental por parte de las organizaciones, con el propósito de perfeccionar su entorno competitivo, valorativo y su valor añadido. En el presente medio cambiante las empresas están obligadas a buscar las mejores herramientas para operar su negocio, se puede crear organizaciones sostenibles a través de una buena gestión.

El hotel Howard Johnson, actualmente no cuenta con herramientas, que permitan valorar su responsabilidad social empresarial de una manera íntegra y adecuada, con este antecedente es primordial elaborar un modelo de balance social y una memoria de sostenibilidad que beneficie a la empresa y a sus grupos de interés como: empleados, accionistas, comunidad, proveedores y clientes para que de esta manera se pueda contribuir de una manera más eficaz el bienestar social, económico y ambiental, tomando en cuenta que es necesario requerir de normas mínimas de conducta empresarial.

El Balance Social es un instrumento esencial que evalúa y corregí, la toma de decisiones vinculadas con la responsabilidad social de la organización, accediendo a perfeccionar su rendimiento social en base a los objetivos de la misma, además es una herramienta trascendental para conocer y divulgar el ejercicio de la RSE, de igual forma se considera un elemento de información empresarial que brinda transparencia a las actividades que buscan mejorar la calidad de vida laboral.

Uno de los desafíos más significativos que conlleva el adelanto sostenible es que requiere opciones innovadoras y nuevas formas de pensar para que la organización actúe de una manera sustentable, la memoria de sostenibilidad es un documento elaborado de una manera estructurada que permite la rendición de cuentas en lo que se refiere al desempeño empresarial económico, ecológico y social en su entorno interno como externo, la memoria de sostenibilidad debe proyectar una imagen equilibrada y real comunicando e informando el comportamiento en sus tres dimensiones, para que sea eficiente y eficaz.

4.2. Diseño de un Modelo de Balance Social para el Hotel Howard Johnson.

4.2.1. Objetivos.

El Balance Social del hotel Howard Johnson tiene los siguientes objetivos:

- Analizar y evaluar la situación que atraviesa el hotel Howard Johnson con el fin de permitir a los directivos la fijación de políticas y estrategias sociales que ayuden al perfeccionamiento de la organización.
- Brindar información detallada, real y útil de los recursos humanos de la empresa para lograr la toma de acciones correctivas para un mejor rendimiento en su desarrollo social.
- Implementar el modelo de balance social y reflexionar sobre la importancia de su aplicabilidad, como herramienta competitiva, que mejora la práctica de la responsabilidad social.

4.2.2. Alcance.

El modelo del Balance Social del hotel Howard Johnson será aplicable a todo tipo empresa además se podrá realizar adaptaciones cuando las circunstancias lo ameriten, el mismo constituye una herramienta que logra registrar, medir y evaluar los resultados de su acción social para una valoración integral del hotel, estará destinado para su entorno interno, ofreciendo información detallada a los directivos y a sus empleados, para poder ejecutar el respectivo análisis de la situación actual.

4.2.3. Informe del Balance Social del Hotel Howard Johnson 2014

A través del informe social del hotel Howard Johnson se pretende describir el desempeño social en el año establecido el mismo es una herramienta de gran utilidad en el que se registra en términos cuantitativos o cualitativos el ejercicio social del hotel por lo habitual se emplea el informe social en el primer año en que se avalúa las acciones sociales, a continuación se presenta el informe del balance social 2014 del hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja.

I Estructura Organizacional.

Tabla 34. Niveles de responsabilidad – Intervalo salarial.

Nivel	Descripción	No. Asociados	Salario Promedio
I	Gerentes	3	1.816.66
II	Jefes de Área	9	537.77
III	Supervisor	7	390.00
IV	Técnicos	4	372.50
V	Operativos	32	355.00
	Total	55	470.36

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 35. Tipos de contrato

Modalidad	Cantidad
Dirección manejo y confianza	2
Manejo y confianza	10
Manejo y confianza con recargos	11
Operativo	32
Otros	0
Total	55

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 36. Evolución salarial del hotel en los últimos años

Año	Mínimo legal	Mínimo Hotel	%
2009	218	218	0%
2010	240	240	0%
2011	272	285	5%
2012	292	303	3%
2013	319	355	11%
2014	340	416	22%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

II Perfil del Asociado

Tabla 37. Ingreso de asociados

Base Perfil de Recursos Humanos año: 2014	
Asociados año anterior:	62
Más ingresos:	14
	76

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 38. Movimiento de asociados

Movimiento de Asociados del año: 2014	
Asociados año anterior	62
Menos retirados del año:	- 21
Total	41
Más ingresos del año:	+ 14
Total empleados 2014	55

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Para las estadísticas del perfil del Empleado y el movimiento de nómina se tomará en cuenta los 55 colaboradores.

Tabla 39. Edad de los asociados

Rango de edad	Cantidad	%
Entre 18 y 29 años	22	40%
Entre 30 y 39 años	21	38%
Entre 40 y 49 años	9	16%
Más de 50 años	3	6%
Total	55	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 40. Sexo de los asociados

Mujeres	21	38%
Hombres	34	62%
Total	55	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 41. Estado Civil de los asociados

Soltero	24	44%
Casado	17	31%
Unión Libre	4	7%
Separados	7	13%
Viudo	3	5%
Total	55	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 42. Número de hijos de los asociados

Total Asociados	55
Total Hijos	90
Índice de hijos por asociado	1,64

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 43. Lugar de origen del asociado

Opción	Cantidad	%
Ciudad – Provincia Loja	47	85%
Otra ciudad	6	11%
Extranjero(a)	2	4%
Total	55	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 44. Antigüedad del asociado

Rango	Cantidad	%
Hasta un año	7	13%
Más de un año - hasta dos años	9	16%
Más de dos años – hasta tres años	12	22%
Más de tres años – hasta cuatro años	15	27%
Más de cinco años	12	22%
Total	55	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 45. Nivel educativo del asociado

Rango	Cantidad	%
Primaria	5	9%
Bachiller	31	56%
Tecnólogo	2	4%
Profesional	15	27%
Maestría	2	4%
PHD	0	0%
Total	55	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

III Estadísticas de los Asociados

Tabla 46. Ingresos de personal mes a mes

Mes	Cantidad	Mes	Cantidad
Enero	1	Julio	2
Febrero	0	Agosto	0
Marzo	0	Septiembre	4

Abril	1	Octubre	0
Mayo	2	Noviembre	0
Junio	2	Diciembre	2
Primer semestre	6	Segundo semestre	8
Total 14			

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 47. Ingresos de personal por área

Departamento	Total	%
Administración	1	7%
Alojamiento	7	50%
AYB	5	36%
Mantenimiento	0	0%
Mercadeo	1	7%
Talento Humano	0	0%
Sistemas	0	0%
Transporte	0	0%
Recreación	0	0%
Otros	0	0%
Total	14	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 48. Retiros del personal

Departamento	Total	%
Administración	1	5%
Alojamiento	10	47%
AYB	8	38%
Mantenimiento	0	0%
Mercadeo	2	10%
Talento Humano	0	0%
Sistemas	0	0%
Transporte	0	0%
Recreación	0	0%
Otros	0	0%
Total	21	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja

Elaboración: La autora

Tabla 49. Análisis de retiro del personal.

Causa	Persona	%
Faltas graves	4	19%
Mejor oferta laboral y salarial	0	0%
No cumplimiento de las expectativas de la empresa	2	10%
Promoción y/o traslado dentro de GHL	0	0%
Renuncia voluntaria	15	71%
Otros	0	0%
Total	21	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 50. Promedio de asociados por área

Departamento	Total	%
Administración	11	20%
Alojamiento	13	24%
AYB	24	43%
Mantenimiento	3	5%
Mercadeo	2	4%
Talento Humano	0	0%
Sistemas	0	0%
Transporte	0	0%
Recreación	2	4%
Otros	0	0%
Total	55	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 51. Rotación del personal

Departamento	Personas Promedio	Retiros	%
Administración	11	1	2%
Alojamiento	13	10	18%
AYB	24	8	15%
Mantenimiento	3	0	0%
Mercadeo	2	2	4%
Talento Humano	0	0	0%

Sistemas	0	0	0%
Transporte	0	0	0%
Recreación	2	0	0%
Otros	0	0	0%
Total	55	21	39%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

IV Análisis de Ausentismo

Tabla 52. Tipos de Ausentismo

Tipo de Evento	Cantidad	%
Licencias	80	82%
Suspensiones	3	3%
Incapacidades	15	15%
Otros	0	0%
Total	98	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 53. Análisis general de ausentismo

Tipo de ausentismo	Eventos	Días	%
Licencias	80	108	59%
Suspensiones	3	9	5%
Otros	0	0	0%
Incapacidad enfermedad general	15	65	36%
Incapacidad accidente laboral	0	0	0%
Total	98	182	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Porcentaje de ausentismo año: 2014

$$\frac{\text{No. Total días de ausentismo}}{\text{No. Asociados promedio x 360}} = 0.9\%$$

V Procesos Disciplinarios.

Tabla 54. Estadísticas de faltas disciplinarias

Gestiones disciplinarias	No. De gestiones disciplinarias	%
Llamado de atención	37	82%
Actas de compromiso	5	11%
Suspensión de 1 a 3 días	3	7%
Suspensión de 4 a 5 días	0	0%
Suspensión por más de 5 días	0	0%
Terminación del contrato con justa causa	0	0%
Terminación del contrato sin justa causa	0	0%
Total gestiones disciplinarias	45	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

VI Desarrollo del Talento Humano

Tabla 55. Desarrollo de los colaboradores de la empresa

Nombre	Cargo anterior	Área	Salario anterior	Cargo Promoción	Área	Salario Promoción	% Incremento
Burneo Genoveva	Reservas	Recepción	\$360	Jefe de recepción	Recepción	\$450	25%
Zapata René	Cajero de ambiente	AYB	\$360	Auditor nocturno	Recepción	\$500	39%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 56. Resumen de promociones internas

Departamento	Total	%
Administración	0	0%
Alojamiento	1	50%
AYB	1	50%
Mantenimiento	0	0%
Mercadeo	0	0%

Talento Humano	0	0%
Sistemas	0	0%
Transporte	0	0%
Recreación	0	0%
Otros	0	0%
Total	2	100%

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Programas de Capacitación

Inducción	Orientación	Entrenamiento Certificado	Entrenamiento Continuo
-----------	-------------	---------------------------	------------------------

VII Bienestar Social

Tabla 57. Actividades de Bienestar/Deportivas

Actividades Deportivas	
Descripción de la Actividad	Personas Participantes
Esta actividad se la efectuó en el mes de noviembre del 2014, se realizaron juegos deportivos de futbol mixtos y luego se procedió a actividades de recreación.	55
Competencias deportivas participación con otras entidades públicas y privadas de la localidad. Evento SRI.	21
Competencias deportivas participación con UTPL, juegos para personal femenino y masculino.	21

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 58. Actividades de Bienestar/Sociales

Actividades Sociales	
Descripción de la Actividad	Personas Participantes
14 de febrero se realizó un coffe break a todo el personal del hotel, se entregó un detalle de chocolates y una tarjeta a cada trabajador.	55
08 de marzo día de la mujer se realizó un almuerzo y se entregó un presente.	27
En el día de la Madre se invitó a todas las mamitas del hotel a un cocktail en el Lobby Bar.	18

En el día del Padre se invitó a todas las papas en el salón El Carbonero a disfrutar de platos típicos locales además se entregó un presente.	35
Encendido de luces con todo el personal del Hotel Howard Johnson	55
Fiesta de Navidad del personal se realizó una noche de baile con una cena especial, sorteo de muchos premios para todos los Asociados del Hotel.	55
Concurso de monigotes por fin de año	55

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

Tabla 59. Actividades de Bienestar/Acercamiento con la familia

Acercamiento con la familia	
Descripción de la Actividad	Personas Participantes
En navidad se realizó una fiesta para los niños de los asociados, se departió risas y entretenimiento se brindó un coffe a todos los presentes y se entregó un presente a todos los niños.	100
El Día de la Familia se celebró en el mes de julio con todos nuestros Asociados y su respectiva familia en este día se realizó juegos recreativos tradicionales y se disfrutó de un delicioso plato típico.	160

Fuente: Hotel Howard Johnson Loja
Elaboración: La autora

4.2.4. Características del Modelo del Balance Social

El modelo propuesto del balance social se fundamenta en los lineamientos del modelo de las empresas de Venezuela, diseñado por la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS), este se fundamenta en el enfoque de Desarrollo Humano Sostenible introducido por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el año 1990. (Machado, 2004)

Se tomó en cuenta el modelo de las empresas venezolanas ya que el mismo es un modelo sencillo que evidencia información clara y real, cumpliendo con las expectativas y necesidades del hotel Howard Johnson, indicando los principales problemas sociales de la empresa.

4.2.5. Estructura

La estructura del modelo de balance social está conformada de la siguiente manera:

Tabla 60. Estructura del Balance Social empresa Venezolana

	VARIABLES	CATEGORÍAS
DIMENSIÓN INTERNA	1. Caracterización socio – demográfica	Género, edad, estado civil, nivel educativo, procedencia geográfica, carga familiar
	2. Relaciones Laborales	Contratación, remuneración, movimiento de personal, negociación y manejo de conflictos laborales
	3. Desarrollo de Personal	Promoción y ascenso, capacitación y adiestramiento, educación formal (trabajadores)
	4. Programas sociales internos	Alimentación, transporte, vivienda, deporte y cultura, planes vacacionales y recreación, educación formal (hijos de trabajadores), educación formal (familiares de trabajadores), atención al preescolar, programas de jubilación.
	5. Salud	Higiene ocupacional, seguridad industrial
	6. Información y Participación	Información, participación
DIMENSIÓN EXTERNA	7. Calidad y Servicios	Garantía de calidad, servicios de soporte
	8. Relaciones Interinstitucionales	Convenios, medios de comunicación social, afiliación gremial.
	9. Inversión social dirigida a la comunidad	Programas sociales, voluntariado, donaciones.
	10. Medio Ambiente	Organización interna de la empresa, cumplimiento de leyes y normas, programas ambientales, ayuda técnica y económica.

Fuente: Balance social una forma de medición de la responsabilidad social (Machado, 2004)

Elaboración: La autora

4.2.6. Modelo de balance Social para el hotel Howard Johnson.

Tabla 61. Modelo de Balance Social para el hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja.

 BALANCE SOCIAL DEL HOTEL HOWARD JOHNSON DE LA CIUDAD DE LOJA					
Razón Social: Hoteles y Servicios Almendral			Razón Comercial: Hotel Howard Johnson		
Inicio del ejercicio		dd/mm/aaaa	Culminación del ejercicio		dd/mm/aaaa
Responsable:			Fecha de elaboración:		
No	VARIABLES, CATEGORÍAS, SUBCATEGORIAS	Ejercicio actual		Ejercicio anterior	
		Cantidad	%	Cantidad	%
1.	Variable 1: Caracterización socio demográfica				
1.1	Personas físicas				
a.	Género				
a.1	Femenino				
a.2	Masculino				
b.	Edad				
b.1	Entre 18 y 29 años				
b.2	Entre 30 y 39 años				
b.3	Entre 40 y 49 años				
b.4	Más de 50 años				
c.	Condición de antigüedad				
c.1	Hasta 1 año				
c.2	Más de 1 año hasta 2 años				
c.3	Más de 2 años hasta 3 años				
c.4	Más de 3 años hasta 4 años				
c.5	Más de 5 años				
d.	Estado Civil				
d.1	Soltero				
d.2	Casado				
d.3	Unión libre				
d.4	Separado				
d.5	Viudo				
e.	Nivel Educativo				
e.1	Primaria				
e.2	Bachiller				
e.3	Tecnólogo				
e.4	Profesional				
e.5	Maestría				
e.6	PHD				
f.	Procedencia geográfica				
f.1	Ciudad – Provincia Loja				
f.2	Otra Ciudad				
f.3	Extranjero(a)				
g.	Carga Familiar				
g.1	Total de trabajadores				
g.2	Total hijos				

g.3	Índice de hijos por trabajador				
2.	Variable 2: Relaciones Laborales				
a.	Responsabilidad de Contrato				
a.1	Dirección manejo y confianza				
a.2	Manejo y confianza				
a.3	Manejo y confianza con recargos				
a.4	Operativo				
b.	Remuneración				
b.1	\$300 a \$500				
b.2	\$500 a \$700				
b.3	\$700 a \$900				
b.4	\$900 a \$1000				
b.5	\$1000 a \$1500				
b.6	\$1500 a \$2000				
b.7	Más de \$2000				
c.	Movimientos de personal				
c.1	Nivel Educativo				
c.2	Antigüedad				
c.3	Eficacia				
c.4	Disciplina				
c.4	Méritos en el trabajo				
d.	Tipos de Ausentismo				
d.1	Licencias				
d.2	Suspensiones				
d.3	Incapacidades				
e.	Accesibilidad a cargos jerárquicos				
e.1	Mujeres en cargos jerárquicos o directivos				
e.2	Hombres en cargos directivos				
f.	Discriminación en el trabajo				
f.1	Discriminación de género				
f.2	Discriminación de raza				
f.3	Discriminación de nivel socio- económico				
f.4	Discriminación de orientación política				
f.5	Discriminación de orientación sexual				
g.	Clima laboral en la empresa				
g.1	Excelente				
g.2	Bueno				
g.3	Malo				
g.4	Regular				
h.	Procesos disciplinarios				
h.1	Llamados de atención				
h.2	Actas de compromiso				
h.3	Suspensión de 1 a 3 días				
h.4	Suspensión de 4 a 5 días				
h.5	Suspensión por más de 5 días				
h.6	Terminación del contrato con justa causa				
h.7	Terminación del contrato sin justa causa				
i.	Retiros del personal				
i.1	Faltas graves				
i.2	Mejor oferta laboral y salarial				

i.3	No cumplimiento de las expectativas de la empresa				
i.4	Promoción y/o traslado dentro de GHIL (grupo de hoteles)				
i.5	Renuncia voluntaria				
j.	Tipos de Contrato				
j.1	Personal fijo				
j.2	Personal eventual				
3.	Variable 3: Desarrollo de personal				
a.	Ascenso				
a.1	Antigüedad				
a.2	Tiempo de preparación				
a.3	Metas y objetivos de la empresa cumplidos				
b.	Capacitación				
b.1	Programa institucional de inducción				
b.2	Programa de orientación				
b.3	Programa de entrenamiento certificado				
b.4	Programa de entrenamiento continuo				
b.5	Programa de reconocimiento				
c.	Educación formal				
c.1	Primaria				
c.2	Secundaria				
c.3	Superior				
c.4	Cuarto nivel				
d.	Talleres				
d.1	Talleres de liderazgo				
d.2	Talleres de desarrollo personal				
d.3	Talleres de trabajo en equipo				
4.	Variable 4: Programas Sociales Internos				
a.	Programas de bienestar social				
a.1	Actividades deportivas				
a.2	Actividades sociales				
a.3	Actividades de acercamiento con la familia				
b.	Alimentación				
b.1	Inversión en alimentación				
c.	Transporte				
c.1	Inversión en transporte				
d.	Vivienda				
d.1	Vivienda propia				
d.2	Vivienda arrendada				
e.	Cultura				
e.1	Programas de cultura				
e.2	Inversión en programas de cultura				
f.	Planes Vacacionales				
f.1	Campamentos				
f.2	Viajes				
g.	Programas de atención preescolar				
g.1	Inicial 1				
g.2	Inicial 2				
g.3	Pre básica				
h.	Prestamos				
h.1	Concepto por calamidad doméstica				
h.2	Concepto por educación				
h.3	Concepto de mejora de vivienda				
5.	Variable 5: Salud				

a.	Programas de Higiene ocupacional				
a.1	Políticas de higiene				
a.2	Condiciones y medio ambiente de trabajo				
b.	Programas de seguridad industrial				
b.1	Prevención de riesgos				
b.2	Seguridad personal en áreas de riesgo				
b.3	Elementos de protección personal				
c.	Actividades de salud				
c.1	Exámenes médicos ocupacionales de ingresos				
c.2	Exámenes médicos ocupacionales periódicos				
c.3	Exámenes médicos ocupacionales de retiro				
c.4	Jornadas de vacunación				
d.	Brigadas de salud				
d.1	Visual				
d.2	Oral				
e.	Inspecciones				
e.1	Inspección de botiquines				
e.2	Inspección de elementos de protección personal				
e.3	Inspección de señalización de seguridad, emergencia				
6.	Variable 6: Información y Participación				
a.	Mecanismo de comunicación				
a.1	Correos electrónicos				
a.2	Cartelera informativa				
a.3	Cartelera de cumpleaños				
a.4	Cartelera de consignas				
a.5	Reuniones				
a.6	Comunicación verbal				
b.	Participación en la toma de decisiones				
b.1	Participación de los trabajadores				
b.2	Participación del gerente y directivos				
b.3	Número de reuniones ordinarias				
b.9	Número de reuniones extraordinarias				
7.	Variable 7: Calidad y servicios				
a.	Política de Calidad				
a.1	Cumplimiento de la política de calidad				
b.	Productos y servicios				
b.1	Clientes satisfechos con los productos y servicios				
b.2	Clientes insatisfechos con los productos y servicios				
c.	Servicios de soporte				
c.1	Inversión en cámaras de seguridad				
c.2	Inversión en programas de reservación y facturación				
c.3	Inversión en soporte técnico de las computadoras				
8.	Variable 8: Relaciones Interinstitucionales				
a.	Convenios				
a.1	Entidades públicas				
a.2	Entidades privadas				
b.	Medios de comunicación social				
b.1	Radio				
b.2	Prensa				
b.3	Televisión				
c.	Accionistas				
c.1	Número de accionistas				
c.2	Número de accionistas nacionales				
c.3	Número de accionistas extranjeros				
9.	Variable 9: Inversión social dirigida a la comunidad				
a.	Programas sociales				

a.1	Número de programas de desarrollo socio - cultural				
a.2	Inversión de programas de desarrollo socio – cultural				
a.3	Ferias gastronómicas				
a.4	Inversión de ferias gastronómicas				
a.5	Número donaciones				
a.6	Número de trabajos voluntarios				
10.	Variable 10: Medio ambiente				
a.	Preocupación por el medio ambiente				
a.1	Reducción de emisiones				
a.2	Ahorro de energía				
a.3	Reciclaje de desechos				
a.4	Ahorro de agua				
a.5	Campañas de educación medio ambientales				
a.6	Inversión en el cuidado del medio ambiente				

Fuente: Investigación
Elaboración: La autora

El modelo de Balance Social del Hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja, permitirá comparar información del año o ejercicio actual 2015 y el año o ejercicio anterior 2014, la comparación tiene como fin analizar el comportamiento de las variables y categorías, se la debe realizar siempre al final de cada periodo al igual que el balance financiero, por la razón que se puede recopilar información total, verificable y real, para planear, organizar, administrar, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social de la empresa frente a metas establecidas al interior y exterior del hotel, cada categoría consta de una subcategoría permitiendo recoger datos específicos para poder analizar su responsabilidad social, las variables, categorías y subcategorías son modificables esto dependerá de la empresa tomando como referencia, lo que se desea medir y examinar, el desarrollo del balance social permitirá definir políticas, objetivos y además aprobará la asignación de las inversiones sociales internas y externas de la empresa.

Mediante la aplicación del modelo del balance social se puede medir y evaluar su responsabilidad social de una manera cuantitativa, identificando los principales puntos a mejorar en su desempeño social del hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja, para así tener una visión clara y específica de las acciones que se deben tomar para una mejor gestión empresarial.

4.3. Memoria de Sostenibilidad para el Hotel Howard Johnson.

4.3.1. Objetivos.

A través de la Memoria de Sostenibilidad del hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja se desea informar de un modo transparente y equilibrado a todas las partes implicadas sobre su gestión económica, ambiental y social, es decir la rendición de cuentas en sus tres entornos, en base a la actividad empresarial del hotel, así como también las posibles estrategias y soluciones para lograr una responsabilidad social íntegra y total.

La memoria de sostenibilidad tiene los siguientes objetivos:

- Investigar, comparar y evaluar el desempeño en materia de sostenibilidad.
- Mejorar la imagen de la empresa y crear un mayor vínculo y confianza con los diferentes grupos de interés externos como internos.
- Motivar e implicar a los altos directivos y empleados de la organización a trabajar de una manera ética y sustentable para el cumplimiento de objetivos.
- Anticipar posibles dificultades que puedan afectar directamente a la empresa, como su desarrollo ambiental, económico y social.

4.3.2. Alcance.

Esta memoria de sostenibilidad se basará en la metodología e indicadores de actuación señalados por el Global Reporting Initiative (GRI), en dónde se reportan las diferentes actividades que realiza el hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja, la memoria de sostenibilidad va dirigido a sus diferentes grupos de interés o stakeholders internos como externos como: accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, comunidad y estado.

4.3.3. Mensaje del Gerente.



Para el Hotel Howard Johnson Loja, es un privilegio presentar esta memoria de sostenibilidad a nuestros diferentes grupos de interés como: accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, organismos públicos y privados y a la comunidad en general, la misma está basada en los indicadores de responsabilidad económica, medio ambiental y social, evidenciando de esta forma el compromiso de sostenibilidad.

Somos el primer hotel con marca internacional en la ciudad de Loja, operado por la cadena internacional GHL, El hotel Howard Johnson es considerado un hotel de lujo en la ciudad, liderando en el mercado por más de 6 años, nos destacamos por la excelencia, buen servicio y calidad en nuestros productos y servicios.

Estamos convencidos que para permanecer en el mercado y lograr el éxito en nuestra empresa es necesario integrar las consideraciones sociales y medioambientales en las actividades del hotel, la responsabilidad social aplicada de una manera correcta en cualquier empresa logrará contribuir beneficios continuos y garantizará la competitividad a largo plazo, es por ello que es vital realizar una memoria de sostenibilidad que refleje nuestro compromiso de responsabilidad.

Atentamente

Sr. Herbert Moreno

Gerente del hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja.

4.3.4. Antecedentes del hotel Howard Johnson.



El hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja, nace de la iniciativa de un grupo de personas lojanas, quienes a través de una alianza estratégica entre el Consorcio Nobis, Pronobis, Hoteles y Servicios Almendral y la UTPL han entregado la administración del mismo a la cadena internacional GHL Operinter que forma parte del Consorcio Nobis y que administra los Hoteles Howard Johnson y Sheraton a nivel Nacional, la pre apertura fue el 1 de noviembre del 2008 y la apertura el 1 de febrero del 2009, el hotel Howard Johnson, es el primer hotel con marca internacional en la ciudad de Loja, GHL opera en países como: Colombia, Panamá, Ecuador, Perú, Chile, Costa Rica, Argentina y Curazao, a nivel nacional el hotel Howard Johnson presta sus servicios en la ciudad de Quito, Guayaquil y Loja.

El Howard Johnson se encuentra estratégicamente ubicado, está en una de las zonas más importantes y de mayor plusvalía de la ciudad en la Avenida Zoilo Rodríguez y Antisana, cuenta con una infraestructura que tiene un área de construcción de 7.900m² distribuidas en 11 pisos: 5 de áreas sociales y 6 pisos con 73 modernas habitaciones y además tiene 5 salones para recepciones y conferencias con capacidad de 20 hasta 300 personas en los cuales hay instalaciones para equipos de proyección y sonido.

4.3.5. Imagen Corporativa.

Logotipo del hotel Howard Johnson



Un logotipo es un elemento gráfico que identifica y representa a la empresa, persona, institución o producto, el logotipo del hotel Howard Johnson se basa en una imagen sutil, pero a la vez proyecta distinción, donde se observa el nombre de la empresa y el lugar donde presta sus servicios, los colores que se utilizan son azul y naranja donde su combinación resulta armoniosa, en la parte superior se encuentra una estructura tipo vivienda la misma describe un lugar agradable, confortable, como estar en casa transmitiendo hospitalidad.

Slogan del hotel Howard Johnson.



El slogan es considerado el elemento publicitario más práctico para conseguir la atención de un sector social, el slogan del hotel Howard Johnson remarca el estado de ánimo del cliente al visitar el hotel, el slogan go happy go hojo significa la felicidad está en el Hojo (Howard Johnson).

Contenido del eslogan.

- Mensaje claro.
- Llama la atención del turista.
- Incita de una manera interesante a visitar el hotel.

4.3.6. Identidad Corporativa.

MISIÓN

La Hospitalidad que ofrecemos nos compromete a buscar la excelencia en el servicio, proporcionando siempre valor agregado y superando las expectativas de nuestros clientes, desarrollamos nuestra actividad en un marco de compromiso socio-ambiental, generando beneficios constantes a nuestros clientes, accionistas y colaboradores.

VISIÓN

Participar en el desarrollo económico de nuestra región promoviendo la industria hotelera y turística, brindando experiencias y servicios memorables, siempre bajo estrictos criterios de rentabilidad, transparencia, protección del medio Ambiente y compromiso social.

PRINCIPIOS Y VALORES

Los principios y valores reflejan lo que es realmente importante para el hotel Howard Johnson, no cambian con el tiempo y son fundamentales para la cultura organizacional. Son los elementos de comunicación y de identificación de cada uno de los empleados, cualquiera que sea su dependencia, como guía para el desarrollo y comportamiento diario.

Los principios del Howard Johnson son los siguientes:

La integridad: obliga a mantener una conducta permanente acorde a la verdad respaldada en la honradez, lealtad, ética y transparencia.

El respeto: se manifiesta al buscar la protección a las personas y a su dignidad sin restricciones, teniendo presente su condición, edad y méritos con las mejores manifestaciones de cortesía y urbanidad.

El compromiso: se interpreta como la pasión que impulsa a que nuestras acciones y actitudes se dirijan al cumplimiento de la política de la calidad y espíritu de la hospitalidad demostrando aprecio y lealtad por el hotel y su gente.

Los valores del Howard Johnson son los siguientes:

Importancia máxima al huésped como propósito común: al huésped se le debe brindar lo mejor de cada colaborador, el personal del hotel es el responsable de atenderlo con amabilidad, esmero y respeto. Todo el personal del hotel es responsable

de la imagen y del concepto que del hotel se formen los clientes y la comunidad en general.

Trabajo en equipo: en el hotel se valora y estimula el concepto de unidad para que se actúe en términos de empresa como un todo integrado.

Desarrollo al talento humano: Se tiene plena seguridad que cada empleado es persona íntegra, sincera, honesta y con un gran potencial, para desarrollar sus habilidades y talentos, el empleado es vital en la empresa y se respeta su dignidad, además se estimula su iniciativa y creatividad reconociendo los méritos y aportes que benefician al hotel.

4.3.7. Objetivos.

Los Objetivos que tiene el hotel Howard Johnson son los siguientes:

- Brindar un servicio que responda a las necesidades del huésped para satisfacerlo de manera proactiva, excediendo sus expectativas.
- Lograr el mejoramiento continuo de las condiciones de trabajo, nivel de vida y desarrollo para que nuestros colaboradores dispongan de altos niveles de competencia y de desempeño.
- Generar niveles de productividad apropiados que garanticen los resultados que esperan los accionistas.
- Lograr el menor impacto en el medio ambiente por la actividad del hotel.

4.3.8. Organigrama del Hotel Howard Johnson.

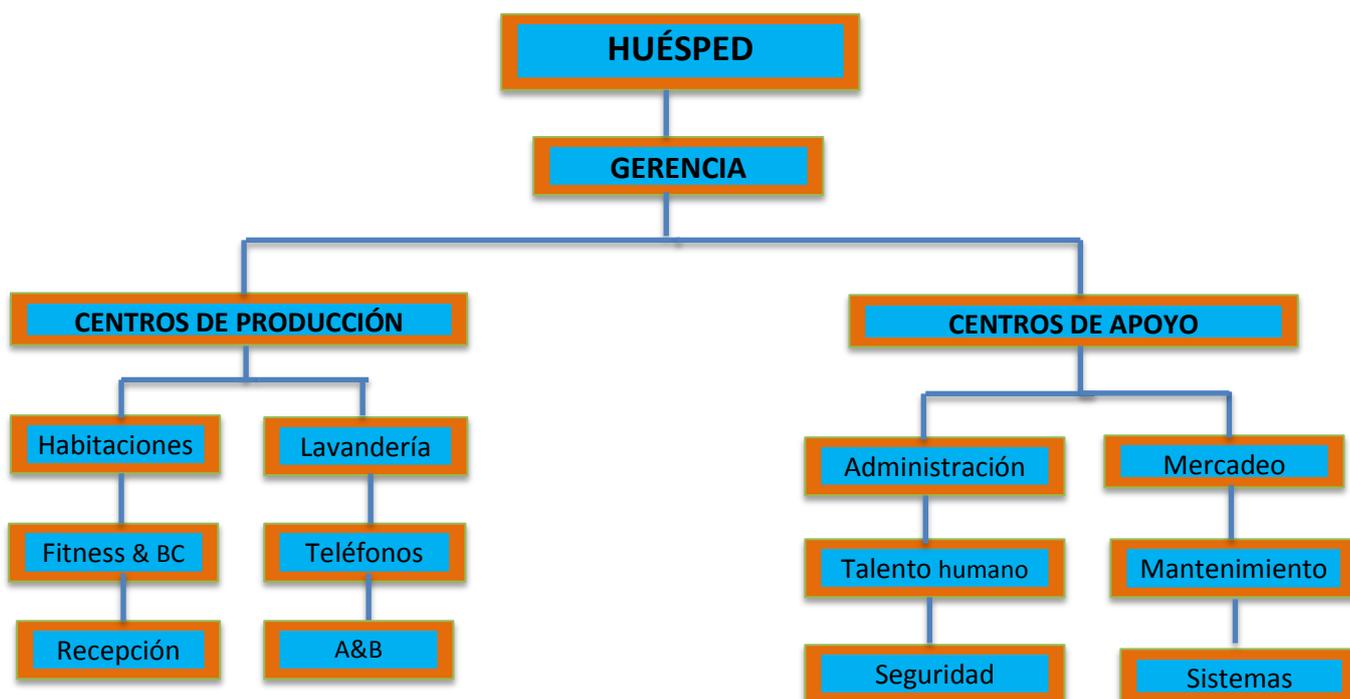


Figura 32. Nuevo organigrama del Hotel Howard Johnson
Fuente: Investigación
Elaboración: La autora

4.3.9. Estructura del Gobierno Corporativo del hotel Howard Johnson

El directorio del hotel es nombrado por su único accionista en la actualidad la UTPL, la Universidad Técnica Particular de Loja, la frecuencia con que se reúnen es cada 3 meses al año, el directorio está conformado por 4 personas con designaciones de Presidente, Primer vocal, Segunda vocal y Secretario, el gobierno corporativo protege los intereses de la empresa y de sus accionistas, vigila el uso eficaz de los recursos y además ofrece una transparencia de información.



Figura 33. Gobierno corporativo del Hotel Howard Johnson
Fuente: Investigación
Elaboración: La autora

4.3.10. Productos y Servicios del hotel Howard Johnson.

El hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja, ofrece los siguientes servicios: alojamiento, restaurante, bar, servicio de habitación, información turística, servicio de lavandería, piscina, jacuzzi, turco, gimnasio, spa, así mismo tiene 5 amplios y modernos salones para eventos con capacidades desde 15 hasta 300 personas, existe internet inalámbrico en todas las habitaciones, centro de negocios y parqueadero cubierto.

Servicio de Alojamiento.

En el hotel existen 73 habitaciones confortables con excelente vista a la ciudad e iluminación apta, distribuida en 6 pisos, todas disponen de TV internacional, acceso a internet, wi-fi, minibar, cajilla de seguridad y servicio de telefónico nacional e internacional.

Tabla 62. Tipos de habitaciones del hotel Howard Johnson.

Tipo	Cantidad	Características
Doble	40	Dos camas de 1.40 x 2.00
Sencilla	24	Una cama de 1.60 x 2.00
DD. Conecting	2	Dos camas de 1.40 x 2.00 con puerta de conexión
Jr. Suite	3	Dos ambientes, cama de 1.80 x 2.00
Suite Especial	2	Dos ambientes, cama de 1.80 x 2.00 con terraza
Discapacitados	2	Dos camas de 1.40 x 2.00
Total	73	

Fuente: hotel Howard Johnson

Elaboración: La autora

La tarifa por noche y tipo de habitación es la siguiente:

Tabla 63. Tarifa de habitación en el hotel Howard Johnson

Tipo de Habitación	Tarifa por noche (USD)	
	Sencilla	Doble
Estándar	\$129.60	\$155.50
Suite	\$184.50	\$210.40
Suite presidencial	\$245.50	\$271.40

Fuente: hotel Howard Johnson

Elaboración: La autora

Vigencia: Año 2015

Incluye: Impuestos (12% IVA + 10% Servicios), cóctel de Bienvenida, uso de gimnasio, uso de piscina climatizada y baño turco, uso del Business Center con internet, estación

de café para nuestros huéspedes en el lobby, parqueadero cubierto, internet Inalámbrico en la habitación.

Servicios de Alimentos y Bebidas.

El hotel Howard Johnson Loja, abre las puertas al sabor con su nuevo restaurante Casa Lojana, dónde el huésped y cliente disfrutarán de los más deliciosos platos de la carta nacionales e internacionales.

El horario para degustar de Platos especiales – Platos a la minuta, es de todos los día de 12:30 am – 16:00pm, 19:00pm – 10:30pm.

Además existe el restaurante de la Horchata Gourmet, en donde se atiende desayunos, almuerzo buffet y cena, se atiende todos los días de 7:00 am – 10:00 am - 12:30pm, 15:00pm – 19:00pm – 22:30pm.

Lobby Bar.

En el Lobby bar se puede disfruta de una variedad de cockteles tropicales y bebidas exóticas, exquisitas picadas y por las tardes se puede degustar una taza de café acompañado de pastelería fina.

Room Service.

El hotel ofrece el servicio de habitación con gatantia de tiempo de respuesta en 30 minutos, el horario de este servicio se brinda de 7:00 am- 22:30pm.

Servicio de Eventos y Banquetes.

El hotel Howard Johnson pone a disposición los salones sociales para realizar eventos de gran realce, son salones con una infraestructura moderna y equipada para culaquier clase de eventos.

Tabla 64. Salones sociales del hotel Howard Johnson

Nombre	Auditorio	Metros 2	Costo \$
TERRAZA BBQ	-	590	\$1500
CATLEYA	250	320	\$1200
VILLONACO	90	170	\$600
TAMYA	25	60	\$250
PAKARINA	18	35	\$180
ROMERILLO	18	35	\$180

Fuente: hotel Howard Johnson
Elaboración: La autora

Centro de Negocios- Business Center.

En el Lobby del hotel esta a disposición del huésped una oficina dotada con 5 computadoras de escritorio, 2 estaciones para conexión de equipo personal, fotocopias, impresiones, internet y estación de café, horario las 24 horas.

Área Deportiva- Fitness Center Center.

En el quinto piso del hotel esta a disposición del huésped un área dotada con todos los implementos que los clientes necesitan para ejercitarse, el área deportiva o gimnasio esta conformado de la siguiente manera:

- 1 área para aerobicos.
- 1 área para bailoterapia.
- 1 área húmeda (poscina, hidromasaje, turco).
- 1 área para recreación.

El Horario de atención es de 6:00am – 09:00am, 17:00pm – 21:00pm.

4.3.11. Grupos de interés o stakeholders del hotel Howard Johnson.

Accionistas

En la actualidad el hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja cuenta con un solo accionista que es la UTPL, el hotel debe ofrecer a sus accionistas datos reales, completos y transparente sobre la rentabilidad de la empresa, productividad, estados financieros y balance social, los asociados son una de las fuentes de inversión más substanciales para el crecimiento de la empresa. La función de la UTPL como accionista del hotel Howard Johnson es aprobar el plan estratégico, los presupuestos anuales y su plan de gestión social, económica y ambiental.

Empleados

Los empleados del Howard Johnson son el valor más importante de la empresa, los mismos transmiten la cultura de responsabilidad, el hotel les ofrece un buen ambiente de trabajo y crecimiento profesional, inculcando y formando valores éticos e íntegros, sin tolerar ningún tipo de discriminación por su raza, sexo, edad, nivel educativo, deficiencia física o mental y religión. En la actualidad en el hotel Howard Johnson laboran 61 empleados, 2 con capacidades especiales, los empleados trabajan en las siguientes áreas: Recepción, A&B servicio, A&B cocina, Administrativo y áreas de apoyo y Contraloría, entre las mujeres que ocupan jefaturas existen 4 cargos que son: Jefe de talento humano, Jefe de Mercadeo, Jefe de Recepción, Ama de llaves. El hotel da la oportunidad de trabajar a personas de la localidad es decir de la ciudad-provincia de Loja, con un porcentaje del 72%.

Es vital informar a los empleados sobre sus derechos y deberes en la empresa, además se debe tomar en cuenta sus opiniones e ideas para un mejor desempeño del hotel, cuando existen vacantes en la empresa se difunde a través de la página del Ministerio de Relaciones Laborales, para que el proceso de selección sea transparente, por lo general el empleado del hotel trabaja 160 horas al mes, 40 horas semanales, 8 horas diarias, en el caso de horas extras el hotel reconoce económicamente esas horas, dependiendo del sueldo de cada trabajador.

Clientes.

En Howard Johnson es prioritario satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes, garantizando el mejor trato para responder a sus expectativas, el mercado que se dirige el hotel son corporativos y turistas, cuenta con convenios corporativos a nivel del Ecuador en la ciudades de Quito, Cuenca y Guayaquil, son 330 empresas que ocupan los productos y servicios del hotel. En el año 2014 se alojaron en el hotel Howard Johnson 20306 clientes, la empresa busca siempre brindar un servicio de excelencia, para lograr fidelizar al cliente.

Proveedores

El hotel Howard Johnson debe tener las mejores relaciones con sus proveedores, realizando negocios con ética y transparencia, siempre debe existir una relación de respeto, confianza y cordialidad, persistentemente cumpliendo los contratos pactados por ambas partes, es necesario involucrar a los proveedores para que asuman el compromiso de responsabilidad social.

Los principales proveedores del hotel son de los siguientes productos y servicios:

- Carnes y embutidos.
- Pescados y mariscos.
- Aves y caza.
- Lácteos y derivados.
- Empacados y envasados.
- Gaseosas y aguas.
- Frutas y verduras.
- Licores, vinos, champaña y cerveza.
- Aseo.
- Papelería e impresos.
- Mantenimientos de químicos.
- Mantenimiento de edificio.

- Mantenimiento de equipos eléctricos.
- Mantenimiento de muebles.
- Mantenimiento de pintura.
- Utensilios de cocina y bar.
- Accesorios.
- Lencería y mantelería.

Competidores.

Los competidores del hotel Howard Johnson son empresas del mismo sector que ofrecen productos y servicios similares, el hotel se caracteriza por respetar los derechos de propiedad de los competidores, no se difunde información simulada o tendenciosa en contra de ellos y siempre se está dispuesto al dialogo en caso de diferencias o conflictos que se puedan presentar. En la actualidad ningún hotel de la competencia toma como referencia la práctica en su totalidad de responsabilidad social empresarial, entre los principales competidores del hotel Howard Johnson nombramos a los hoteles de primera categoría y a los de lujo como:

- Hotel Bombuscaro
- Hotel Grand Hotel Loja
- Hotel Libertador
- Hotel Ramses
- Hotel Quo Vadis
- Hotel Jardines Del Río
- Hotel Grand Victoria
- Hotel Zamorano Real
- Hotel Casben

4.3.12. Premios o menciones del hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja

El hotel Howard Johnson es el primer hotel en la ciudad con marca internacional, operada por la cadena internacional GHL, los reconocimientos al hotel han sido por Tripadvisor en el 2014 y 2015 y Booking en el 2015, estos premios hacen referencia a la excelencia en el servicio que es brindado a los clientes, estas menciones se basan en las opiniones de varios viajeros dónde comentan y publican las principales características del hotel como: servicio, calidad, atención, infraestructura, satisfacción. Ganarse un premio de Tripadvisor y Booking es la mejor manera de distinguirse de la competencia.

4.3.13. Mecanismo de Comunicación utilizados por el hotel Howard Johnson.

Los mecanismos de comunicación interna que utiliza el hotel Howard Johnson son los siguientes:

Correos electrónicos: utilizan como canal de comunicación formal con cada una de las dependencias del hotel, envía correos comunicados de interés general que son canalizados a través de Recursos Humanos y de los Jefes de área para que estos los transmitan a cada una de sus dependencias o se publican en las Carteleras Informativas respectivas.

Cartelera informativa: se encuentra ubicada en el comedor de personal, en donde se publican artículos de interés general, comunicados de gerencia, políticas de la empresa, resultados estadísticos de los comentarios de nuestros huéspedes y clientes, cuadro de cumpleaños del mes con la finalidad de estrechar lazos de compañerismo entre todo el personal, adicional a esta información está colocado el reglamento Interno del Personal y el Reglamento de Salud Ocupacional, como también el Cuadro de Turnos Aprobados por el Ministerio de Relaciones Laborales, requisitos que exige esta entidad que estén en exhibición en un lugar público para información del personal.

Cartelera de cumpleaños: Se publica mensualmente las personas de las diferentes áreas del hotel que conmemoran su cumpleaños en el mes y además se publica en todas las carteleras de la empresa.

Carteleras Consignas: son carteleras ubicadas en el comedor del personal, y en el pasillo de Ingreso de personal donde se encuentran publicadas las 16 Consignas de Servicio.

Los mecanismos de comunicación externa que utiliza el hotel Howard Johnson para promocionar e informar a los clientes sobre sus productos y servicios son:

- Medios publicitarios dpticos, carteleras, hojas volantes, trípticos y spot
- Redes sociales Facebook, twitter y instagram.
- Medios de comunicación radio, prensa, televisión.

4.3.14. Responsabilidad Social.

Capacitación para los empleados que ingresan al hotel Howard Johnson.

El Hotel brinda capacitación a colaboradores que empiezan sus labores en el hotel esta capacitación consta de los siguientes temas:

Frist day Inducción del primer día: da a conocer como es la organización de la compañía, las políticas, normas, servicios y beneficios que ofrece al hotel al personal.

Espíritu de la hospitalidad: desarrollo de una actitud positiva frente a las necesidades del huésped.

Cultura organizacional: es necesario la participación de los empleados para lograr los objetivos de la empresa.

Salud en el trabajo y protección ambiental: ayuda modificar favorablemente las condiciones de trabajo y reducir al máximo los riesgos y accidentes laborales, de igual forma reducir los impactos negativos y mantener los positivos que genera la actividad económica de la empresa generados por la empresa, sobre el eje económico, cultural y medio ambiental.

Seguridad hotelera: mantener la seguridad en el hotel y conocer cómo una cultura de seguridad mejora la satisfacción del huésped.

Programa de entrenamiento Certificado

El Howard Johnson realiza la debida capacitación a sus empleados para entrenarlos en sus diferentes áreas y funciones, con el fin de desarrollar y mejorar las habilidades, estos entrenamientos permiten actualizar los conocimientos y corregir falencias en los puestos de trabajo, la capacitación se la realiza cada año por lo que se elabora un plan anual de capacitación para las siguientes áreas:

- Front office operations corresponde a operadores de teléfonos, recepcionistas y botones.
- Housekeeping operations corresponde a camareras, aseadores, lenceros.
- A&B Servicio corresponde a meseros, houseman, capitán de servicio.
- A&B Producción corresponde a personal de cocina, steward.
- Mantenimiento.
- Seguridad.
- Contraloría.
- Administrativos corresponde a jefes de área y supervisores.

Beneficios al Personal

Descripción del programa de salud.

El Hotel ha establecido como política de beneficios médicos que todo aquel asociado que pase los cinco meses de trabajo tiene derecho a la afiliación médica con la empresa Fybeca, la cual brinda medicina a crédito a los afiliados. Adicional a esto siendo la UTPL los dueños del Hotel han autorizado que se tenga el seguro de Salud teniendo un beneficio en las atenciones médicas dentro de la ciudad.

Descripción del programa de transporte.

Con la finalidad de brindar comodidad, facilidad y seguridad a nuestros asociados a partir de las 23h30 el hotel se ha establecido una ruta de transporte para que ellos sean dejados en sus respectivos domicilios.

Descripción del programa de alimentación.

Otro beneficio que brinda el Hotel a sus asociados es el de la alimentación para todo el personal, la cual es distribuida de acuerdo a los turnos de trabajo. Contribuyendo con ello al bienestar económico y de salubridad de los colaboradores.

Descripción del programa de cumpleaños.

El día del Cumpleaños el Hotel Howard se hace presente con sus asociados con una exquisita torta y una tarjeta de cumpleaños la cual es entregada por Gerente, Jefe de área y RRHH, con la finalidad de hacer sentir al colaborador cómodo y especial.

Descripción del programa de préstamos para los trabajadores

Es importante demostrar el apoyo incondicional al personal que labora en el hotel, por ello la empresa ha desarrollado una política de préstamos que beneficie al colaborador cuando este tenga necesidades.

El colaborador interesado en un préstamo o anticipo de sueldo, debe acercarse a la oficina de Talento Humano y realizar la solicitud con su respectivo formato, luego envía la solicitud debidamente diligenciada a la Gerencia General y una vez recibida y aprobada por la Gerencia General, se entregara al Departamento de Contraloría para su registro contable, se dispone de 3 días como tiempo máximo para dar respuesta. Para casos de salud y calamidad doméstica se dará prioridad y respuesta inmediata.

Los préstamos o anticipos se otorgan en los siguientes casos:

Estudios: Del empleado o hijos, siempre y cuando sean justificados con el comprobante de pago de matrícula.

- El cheque sale a nombre de la Universidad o Centro de estudios.
- La antigüedad mínima del empleado es de seis meses en nómina fija.
- Los cheques se entregaran los viernes.

Salud: Comprobable del empleado o de su familia hasta primer grado de consanguinidad (hermanos, padres, esposa e hijos). Es necesario presentar certificados y recibos de Centro de Salud, Farmacias, Recetas u otros.

- La antigüedad mínima del empleado es de tres meses en nómina fija.
- Tiempo de respuesta inmediata.

Calamidad domestica: Comprobable del empleado o de su familia hasta primer grado de consanguinidad (hermanos, padres, esposa e hijos). Es necesario presentar soportes.

- La antigüedad mínima del empleado es de tres meses en nómina fija.
- Tiempo de respuesta inmediata.

Monto Máximo: Los Préstamos y Anticipos se entregaran por un máximo del sueldo básico. Pasado de este monto el colaborador con antigüedad de un año, puede realizar Préstamos con la institución financiera que exista convenio, se solicita por medio de Talento Humano.

El descuento de los Préstamos se realizará por rol de pagos y en relación a la siguiente tabla:

Tabla 65. Tipos de préstamos para los trabajadores del Howard Johnson

Monto en USD		No. de cuotas quincenales	Valor Máx. Cuota Quincenales
0	20	1	20.00
21	100	2	50.00
101	200	4	50.00
201	300	6	50.00
301	400	8	50.00
401	en adelante	Varias cuotas	50.00

Fuente: hotel Howard Johnson
Elaboración: La autora

Actividades de Bienestar para los trabajadores

El Howard Johnson desarrolla actividades sociales, familiares y deportivas, entre las actividades sociales que se realiza está el 14 de febrero, día de la mujer, día del padre, día de la madre, día del trabajador, fiesta retro personal, concurso años viejos, cumpleaños de cada asociado, las actividades familiares que se festeja son día de la familia, Navidad, encendido de las luces de Navidad, las actividades deportivas son Jornadas Deportivas de la empresa y Jornadas deportivas UTPL.

Plan vacacional y recreación

En la actualidad el hotel cuenta con una tarifa corporativa para sus empleados en el Ecuador las habitaciones para cada colaborador tiene costo de \$15, en el caso de que el asociado quiera a viajar a Quito o a Guayaquil por ocio, negocio, entre otros.

Salud Ocupacional

El hotel Howard Johnson programa capacitaciones para sus empleados las mismas son desarrolladas durante todo el año, en este año han recibido capacitaciones sobre:

IESS.- Norma 390 reglamento de Riesgos en el trabajo, Primeros Auxilios y Evacuaciones. El hotel se preocupa por la salud de cada colaborador en este año han recibidos los siguientes beneficios:

Tabla 66. Vacunas y exámenes médicos para los trabajadores

VACUNAS, EXÁMENES, JORNADAS	FECHA
Hepatitis B tres dosis	08/03/2015
Influenza	15/03/2015
Exámenes médicos parasitarios	22/04/2015
Jornadas audiovisuales	09/05/2015
Exámenes de medicina preventiva	26/06/2015
Campaña de desparasitación	27/07/2015
Exámenes médicos parasitarios	22/08/2015

Fuente: hotel Howard Johnson

Elaboración: La autora

Beneficios para la comunidad local.

Prácticas pre profesionales

El hotel Howard Johnson tiene como meta a corto plazo convertirse en un hotel tipo escuela, que beneficie a los futuros profesionales de las distintas universidades, con el fin de mejorar sus habilidades y fomentar nuevos conocimientos, en la actualidad el hotel Howard Johnson tiene convenios con la Universidad Técnica Particular de Loja y el Instituto Sudamericano, en la actualidad hay 38 estudiantes realizando prácticas por lo general en las áreas tipo operativo y administrativo, el tiempo de prácticas es de 3 meses 4 horas diarias 80 horas al mes, el horario es de acuerdo a la disponibilidad de tiempo del estudiantes y requerimientos de la empresa.

Donaciones

El hotel realiza Donaciones de Lencería dada de baja como colchas, fundas de almohada, muletón o forros, toallas de baño, alfombrillas de cama, sábanas, además manteles, cubre manteles, protector de mesa, todo lo que pueda ser utilizado, el hotel realiza donaciones cada año en el mes de enero, previo a esto se selecciona los artículos que pueden servir a las personas que más lo necesitan, la selección de los artículos se ejecuta con el gerente, jefe de recursos humano y ama de llaves del hotel. Las Donaciones se las otorga a las siguientes Instituciones Remar, Hogar Renacer y Ancianato Daniel Álvarez Sánchez.

Cientes del hotel Howard Johnson.

Actividades de entretenimiento y recreación.

El hotel Howard Johnson se caracteriza por brindar productos y servicios de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes, es por ello que además de ofrecer servicios de alojamiento, restaurante y otros, se cree conveniente realizar actividades durante todo el año para el huésped para su entrenamiento y recreación, las cuales son las siguientes:

- Jueves de rodizzio.
- Jueves de damas.
- Martes de té.
- Viernes de amigos.
- San Valentín.
- Descanso y vacaciones.
- Carnaval.
- Semana Santa

Promoción y publicidad de las actividades de recreación y entretenimiento.

Loja Descanso y vacaciones

USD\$90
Inc. Imp

INCLUYE:

- Dos noches / tres días
- Desayuno tipo buffet
- Habitación doble estándar
- Coctel de bienvenida
- Uso de piscina, turco e hidromasaje
- Internet ilimitado

Estos beneficios aplican para convenios corporativos y podrán ser debitados de sus roles de pago

Av. Zóilo Rodríguez y Antisana • Telf: (593 7) 2589000
Fax: (593 7) 2589000 • reservas@hojoloja.com
www.ghihoteles.com
1-800 464 656 • www.hojo.com

Howard Johnson
Loja

10% de descuento para los
tarjetas habientes de Visa y
Mastercard Banco del Austro

VISA **MasterCard** **BANCO DEL AUSTRO**

NOCHE INOLVIDABLE DE SAN VALENTÍN
DETALLES PARA ENAMORAR

Howard Johnson
Loja

USD\$ 89.00
inc. Imp.

Habitación con Decoración romántica
Botella de vino
Cena Romántica servida en Restaurante

Aplica hasta el martes 16 de febrero

Una experiencia GHL

Av. Zóilo Rodríguez y Antisana • Telf: (593 7) 2589000
Fax: (593 7) 2589000 reservas@hojoloja.com
www.ghihoteles.com

1800 464 656 • www.hojo.com

Howard Johnson
Loja

\$28 Menú Adulto
inc. imp.

Incluye:

- Coctel de bienvenida
- Cena
- Música en vivo
- Sorpresas de la noche

**Jueves 12 de Febrero
20H00**

Reserva en grupo
descuento del **10%**

► Una experiencia GHL
1-800 464 656 • www.hojo.com

Av. Zoilo Rodríguez y Antisana
Telf.: (593 7) 2589000 • Fax: (593 7) 2589000
reservas@hojoloja.com • www.ghihoteles.com

Howard Johnson
Loja

**Visita LOJA por
Semana Santa!**
Vilcabamba y Zamora

USD\$182.00
inc. imp.

Incluye:

Dos adultos y dos niños · Coctel de bienvenida
Desayunos tipo buffet · Uso de piscina, turco e hidromasajes
Internet ilimitado · Juegos de mesa

► Una experiencia GHL
1-800 464 656 • www.hojo.com

Av. Zoilo Rodríguez y Antisana
Telf.: (593 7) 2589000 • Fax: (593 7) 2589000
reservas@hojoloja.com • www.ghihoteles.com

**La Hora
del Té**

Howard Johnson
Loja

USD\$10.00

Incluye:

Variedad de té · Galletas · Creps
Surtido de pastelería · Bebidas frías
Mini brocheta de frutas

De 15H00 a 18H00 todos los días martes en el Lobby Bar

f t **Síguenos en Facebook y Twitter!**

► Una experiencia GHL
1-800 464 656 • www.hojo.com

Av. Zoilo Rodríguez y Antisana
Telf.: (593 7) 2589000 • Fax: (593 7) 2589000
reservas@hojoloja.com • www.ghihoteles.com

Howard Johnson
Loja

**Tus vacaciones en
Loja**

**2 NOCHES/3 DÍAS
\$193**
Incluido impuestos

Incluye:

- Coctel de bienvenida
- Desayunos tipo buffet
- Dos pases para City Tour
- Acceso a piscina, turco e hidromasaje
- Uso ilimitado de internet

f t **Síguenos en Facebook y Twitter!**

► Una experiencia GHL
1-800 464 656 • www.hojo.com

Av. Zoilo Rodríguez y Antisana
Telf.: (593 7) 2589000 • Fax: (593 7) 2589000
reservas@hojoloja.com • www.ghihoteles.com

Proveedores del hotel

Con los proveedores del hotel se trabaja de una manera integral inculcando el respeto, ética y transparencia a la hora de ser negocios, el hotel en la actualidad cuenta con más de 18 grupos de proveedores de distintos productos y servicios, la responsabilidad social de la empresa con sus proveedores se establece a través de sus acciones, siendo justos, cumpliendo con los contratos establecidos por ambas

partes, siempre debe existir la buena comunicación, es vital motivar a los proveedores que asuman compromisos de responsabilidad social empresarial.

4.3.15. Responsabilidad Económica.

Programa de Incentivos

Es necesario incentivar a los colaboradores a participar en un programa de ganancias que beneficie al empleado y a la empresa, en el Howard Johnson los incentivos económicos son de carácter mensual se basa en el cumplimiento de atención de excelencia y calidad de los productos y servicios, el personal que cumpla con ciertos requisitos y logre la mayor puntuación en las encuestas electrónicas se beneficiara de estos incentivos que van desde \$20 a \$40.

Desempeño financiero – económico del hotel.

Es necesario revelar la situación económica de la empresa, el Howard Johnson analiza su estado financiero con su accionista y directorio, semestralmente donde se indica de una manera clara y transparente su situación financiera actual con el objetivo de poder tomar medidas necesarias y correctivas en los presupuestos e inversiones, luego el gerente del hotel convoca a reunión a los empleados para informarles de la situación económica del hotel y así poder tomar medidas correctivas en el caso que lo amerite.

Cumplimiento de beneficios económicos.

El hotel cumple con la cancelación de la afiliación al IEES a sus empleados, además la cancelación del décimo tercero y décimo cuarto sueldo a tiempo, la remuneración que se cancela a los colaboradores es de forma quincenal de un 15% de su sueldo total, hasta el momento no ha tenido inconvenientes con el estado en lo que se refiere a Permisos de funcionamiento, Mora con el municipio, Impuesto a la Renta.

4.3.16. Responsabilidad Ambiental.

Iluminación inteligente en el hotel.

El hotel instala productos alternativos que proporcionen mejor energía y menos consumo de energía, utilizando los sensores de luz inteligentes los cuales proporcionan luz cuando reciben una señal de algún movimiento.

Reciclaje de desechos.

Todos los empleados se comprometen a la aplicación de los programas de reciclaje de basura, el hotel es un gran productor de estos elementos y es importante conocer cómo tratar estos desperdicios para facilitar su reciclaje en cada área de producción, en la cocina se implanta los tratamientos de lavazas, material orgánico y otros elementos, el área de alimentos y bebidas es un gran generador de basuras inorgánicas, por lo que es necesario el uso correcto de la práctica de reciclaje dentro del hotel.

Ahorro de energía y agua.

El hotel con el fin de evaluar el consumo de agua y luz, realiza todos los meses la comparación de planillas de luz y agua, para saber si se está ahorrando luz y agua y poder tomar las medidas necesarias para minimizar el consumo, es necesario vigilar constantemente el sistema hidráulico para detectar posibles fugas de agua, especialmente en los inodoros.

4.3.17. Estrategias para fortalecer la responsabilidad económica, social y ambiental del hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja.

ECONÓMICA

Mejorar la situación financiera del hotel Howard Johnson.

El Estado de la situación financiera de la empresa o sea los recursos con que cuenta (activos), cuánto dinero debe (pasivo) y con qué capital cuenta (patrimonio) al término del periodo 2014, indica que la situación financiera del hotel se debe mejorar significativamente a través de las siguientes acciones:

Conseguir información estratégica: es vital contar con información contable y extracontable actualizada y real; donde se evidencie los aspectos de cancelaciones a los proveedores, antigüedad de deudas de los clientes corporativos y evolución de saldos, con la intención de efectuar maniobras más rápidas y dinámicas relacionadas a la gestión del circulante lo cual implica descuentos por pronto pago, negociación o reestabilización de ciertas situaciones.

Realizar un diagnóstico de la liquidez del hotel: es necesario elaborar un análisis de liquidez de la situación financiera del hotel, o de las previsiones de flujo de fondos, pues estas acciones nos permite reaccionar de una forma proactiva es decir actuar o ejecutar medidas a tiempo ante los hechos que puedan ir ocurriendo.

Ser realista y definir una estrategia: El gerente tiene que ser capaz de plantear estrategias que permitan ajustar el presupuesto del hotel a la coyuntura económica existente.

Buscar asesores externos al hotel: Es factible buscar asesores independientes a la empresa, de esta manera se podrá realizar un diagnóstico imparcial de la situación financiera, fiscal, entre otros, ya que muchas de las veces en escenarios difíciles de la empresa, el administrador tiende a perder la perspectiva de la situación, tomando medidas en base a un enfoque totalmente subjetivo.

Gestionar a largo plazo: En circunstancias económicas dificultosas, es primordial ser estable y firme en la gestión y las decisiones. Si se resuelve invertir y aceptar riesgos, se debe actuar con tranquilidad siempre manteniendo la calma, sin importar la situación, el fin de esta gestión debe ser la rentabilidad a largo plazo.

Comparar diferentes alternativas: antes de tomar una decisión, es necesario tener la debida precaución, es importante analizar varias alternativas con el propósito de contar con una visión más amplia, permitiendo diagnosticar y comparar las diferentes opciones.

Ser flexible y busca alternativas: es importante para el hotel acoplarse a los diferentes retos de hoy en día, el gerente y su grupo de apoyo tiene que contar con la predisposición de asumir cambios en su empresa cuando fuera necesario, dando solución a las situaciones adversas, utilizando la creatividad e innovación para formular alternativas.

Estrategia de diferenciación.

Es vital fortalecer y efectuar en el hotel Howard Johnson la estrategia de diferenciación, la cual consiste en ofrecer un producto o servicio con mayor valor, donde el huésped perciba el servicio como diferente e insuperable, consiguiendo que el cliente esté dispuesto a pagar un precio conveniente para la empresa, dando como resultado la incrementación de la rentabilidad, el hotel Howard Johnson tiene elementos importantes para su diferenciación en la competencia hotelera que debe aprovechar para mejorar sus ventas y ganancias, entre los aspectos relevantes que posee el hotel son: respaldo de marca internacional GHL como operador hotelero, excelente ubicación zona residencial y segura, cerca al centro de la ciudad y a la UTPL, estándar de habitaciones por encima de la competencia, brinda excelentes facilidades y diversidad de servicio a los huéspedes y clientes en habitaciones, restaurantes, salones y recreación.

Tomando en cuenta estos puntos se cree conveniente realizar las siguientes estrategias:

Promoción: se debe utilizar las mejores herramientas para hacerse conocer a nivel local, nacional e internacional, participando y aprovechando los Workshops herramienta que impulsa el turismo interno, ferias turísticas, agencias de viajes, aeropuertos y oficinas de turismo las cuales ayudarán a promocionar la empresa incluyendo el hotel en sus programas turísticos y motivando al turista a visitar la ciudad de Loja.

Trabajadores: el personal que labora en el hotel es fundamental para brindar una atención al cliente de calidad y para el cumplimiento de los objetivos de la empresa, es importante realizar la correcta selección de los trabajadores, tomando en cuenta las cualidades, habilidades y conocimientos de los candidatos, seleccionando al más adecuado para determinado puesto, es fundamental motivar a la capacitación constante y la autorrealización profesional, el personal que trabaja en el hotel será una estrategia de diferenciación entre los demás establecimientos hoteleros.

Análisis de la evolución del mercado: es necesario realizar un diagnóstico oportuno ya que es útil para conocer los gustos y requerimientos de los huéspedes y clientes, que es lo que más solicitan y esperan de un servicio o producto, valorando además el desenvolvimiento de la empresa, para luego corregir falencias que influyen en el desarrollo de la empresa.

Brindar ofertas y promociones.

A parte de las actividades de entretenimiento y recreación que realiza el hotel Howard Johnson es necesario desarrollar ofertas y promociones, con el fin de generar un beneficio económico, satisfaciendo los requerimientos del cliente y mejorando a la vez la imagen del hotel, de esta forma se establecerá un enfoque de ganar – ganar, pues por un lado el hotel incrementará las ventas y por otro lado los huéspedes estarán conforme con las ofertas y promociones que se brindan, entre las posibles ofertas y promociones que pueden implementar el hotel Howard están las siguientes:

- Brindar un servicio gratis a las personas que visiten el hotel por primera vez.
- Ofrecer un descuento a los clientes que van al hotel en una determinada temporada, en el servicio de alojamiento.
- Entregar un pequeño obsequio por la fidelidad de los huéspedes.
- Realizar un descuento en los productos y servicios, por ser el mes de aniversario del hotel.
- Ofrecer pequeñas degustaciones de la gastronomía que ofrece los Restaurantes del hotel.
- Descuentos por largas estancias.

- Cancelación gratuita de la reserva.
- Promoción por grupos grandes de personas que se alojan en el hotel como por ejemplo gratuidades de los servicios de alojamiento.

Cabe recalcar que estas ofertas y promociones se las debe realizar de una manera correcta, las mismas tienen que ser entendibles y ejecutables, siempre informándoles a los clientes las condiciones y el tiempo de vigencia, para evitar cualquier mal entendido, todo el personal debe estar informado de las ofertas y descuentos que maneja el hotel Howard Johnson.

SOCIAL.

Seguridad laboral para los trabajadores del hotel Howard Johnson.

En cuanto a la seguridad laboral de una empresa, un hotel tiene varias particularidades, no sólo por el número de trabajadores y huéspedes, que en algunos casos están permanentes durante 24 horas, sino además por el número de puertas, escaleras, cocinas industriales, ascensores, pasillos, aparatos eléctricos, sustancias calientes o inflamables entre otros, todos los trabajadores tienen el derecho a una seguridad laboral eficaz, el hotel Howard Johnson debe ofrecer seguridad laboral permanentemente y mucho más cuando los empleados estén o puedan estar expuestos a un riesgo grave y apremiante en el lugar del trabajo, la persona encargada de la seguridad laboral en el hotel estará obligado a:

- Comunicar previamente a todos los colaboradores acerca de la existencia de los riesgos y las medidas que tienen que adoptar en lo referente a protección.
- Tomar las medidas necesarias y facilitar las instrucciones debidas para que, en caso de riesgo grave, urgente e inevitable, los colaboradores del hotel logren interrumpir sus actividades y si el caso lo amerita dejar de inmediato el lugar de trabajo.
- En el caso que un colaborador no pudiera ponerse en contacto con su superior, ante una situación de riesgo apremiante es necesario que el hotel posea medios técnicos necesarios para alertar sobre el peligro.
- El hotel tiene que tener claro, que el colaborador de la empresa tiene el derecho a interrumpir su actividad y abandonar su trabajo, cuando considere que dicha actividad ponga en riesgo su vida y salud.

El colaborador que tenga un accidente laboral tiene derecho a:

- Atención médica, farmacéutica y rehabilitación.
- Hospitalización, si el caso lo amerita.
- Prestaciones auxiliares de diagnóstico y tratamiento.

- Prótesis y aparatos médicos.
- Costos de traslado, en caso necesario para la prestación de los servicios médicos.
- Reeducación en el lugar de trabajo.
- Prestaciones económicas tales como indemnización por incapacidad temporal, parcial, pensión de invalidez y auxilio funerario.

Accesibilidad a cargos jerárquicos a género femenino.

En la actualidad el rol de la mujer es vital en la sociedad, la situación de las mujeres ha cambiado aunque el acceso al poder sigue siendo limitado, es primordial que exista una igualdad en cargos jerárquicos en el hotel Howard Johnson, para que la administración del hotel sea equilibrado, sin discriminación de género, la igualdad entre hombres y mujeres es un derecho humano fundamental, es por ello que se cree conveniente realizar las siguientes acciones para fomentar la inclusión de mujeres en cargos representativos:

- Brindar facilidad para adquirir experiencia en cargos de gestión.
- Confianza y respeto por sus ideas.
- Tomar en cuenta al género femenino a la hora de realizar ascensos.
- Desarrollar habilidades y conocimientos.
- Motivar la formación permanente.
- Delegar mayores responsabilidades.
- Contratar más personal femenino en el hotel.

Facilidad para culminar la educación formal.

En el Hotel Howard el 33% de trabajadores, tiene formación de bachiller, es necesario bajar este porcentaje para fortalecer el éxito profesional y personal de cada colaborador, el hotel debe dar la apertura necesaria a los trabajadores para la culminación de formación educativa, brindándoles confianza, disponibilidad de tiempo, cambios de horarios, rotación de puestos, siempre y cuando se vea las ganas del colaborador de seguir estudiando, de esta manera el empleado se va a sentir apoyado por la empresa y a la vez motivado a trabajar de una manera eficiente y eficaz para cumplir con los objetivos empresariales.

Animar a la manifestación de ideas y comentarios.

En la mayoría de los casos, los colaboradores no se animan a comunicar sus propias ideas en la empresa porque sienten que no son tomadas en cuenta. Por ende, para desarrollar el grado de motivación e implicación de los colaboradores en el hotel, es

primordial llevar a cabo algunas medidas, que mejoren la comunicación y que animen a la manifestación de ideas y comentarios.

Clima laboral apropiado: es necesario que exista un clima adecuado para que de esta manera fluyan las ideas, siempre se debe tener una actitud positiva, abierta y entusiasta.

Reuniones periódicas: El hotel Howard Johnson, debe planificar reuniones constantes con sus trabajadores, donde se traten temas relacionados con el desempeño del hotel en todos sus ámbitos, para que de esta forma se pueda debatir democráticamente tomando en cuenta las diversas ideas y comentarios, acogiendo las ideas que beneficien a la empresa y a sus colaboradores.

Buzón de sugerencias: con el fin de que cada individuo, sienta libertad en expresar sus ideas y propuestas, sin perjuicio alguno.

Potenciar la comunicación con cada trabajador: el gerente tiene que fortalecer la comunicación con cada trabajador, conocer información del colaborador es muy positivo para la relación jefe- trabajador.

Coach para el hotel Howard Johnson.

El hotel Howard Johnson debe contratar un Coach que beneficie el capital humano de la empresa, es una buena inversión que sacara lo mejor de sus colaboradores y a la vez se lograra un crecimiento empresarial, alcanzando resultados que van más allá de lo común, consiguiendo cumplir metas, es necesario tener un coach en el hotel Howard Johnson por las siguientes razones: fortalecerá el desarrollo personal y su efectividad, incrementara el desempeño grupal, favorecerá a manejar apropiadamente circunstancias conflictivas, motivara a los colaboradores al trabajo en equipo, perfecciona el liderazgo personal, reforzara las capacidades para gestionar cambios, por consiguiente aumentara el nivel de satisfacción laboral y el bienestar de los individuos en su trabajo, adquiriendo mejores resultados en cantidad y calidad.

Capacitar a los trabajadores y proveedores en temas referentes a la RSE.

El hotel Howard Johnson debe gestionar capacitaciones sobre RSE, con CERES o IRSE, que son organismos encargadas de promover la responsabilidad social empresarial, de tal forma que se empapen de todo su enfoque y beneficios que conlleva la práctica de la RSE, éstas capacitaciones deben ser dirigidas a sus trabajadores y proveedores, para trabajar de una forma íntegra en función de la RSE.

Promociones o traslados laborales a otros hoteles de la compañía.

Se debe gestionar las promociones laborales en el hotel Howard Johnson, es decir a hoteles de la cadena GHL (grupo de hoteles), con el objeto de mejorar el desarrollo laboral y personal del individuo, logrando la adquisición de nuevas experiencias y conocimientos, los empleados que se beneficien de estas promociones se deben destacar en su actual actividad laboral en todos los ámbitos, demostrando eficiencia y eficacia en su desempeño, cumpliendo con los objetivos del hotel, pues la nueva experiencia requiere de preparación, madurez y claridad para que el trabajador logre adaptarse a las exigencias del cargo. Estos traslados prometen nuevas experiencias de vida y una visión más extensa, mejorando el perfil del trabajador, sin dejar a un lado el beneficio monetario que se puede presentar.

Proyectos de interés social.

Voluntariado: en el hotel Howard Johnson se debe fomentar el voluntariado, a través de recaudaciones de todo el personal que labora en el hotel, al menos cada semestre del año, las recaudaciones se basaran en alimentos no perecibles, como además cobijas, juguetes y ropa, con el fin ayudar a los niños desamparados de bajos recursos, el beneficio de esta colaboración será para el Albergue Infantil “Padre Julio Villarroel Ocaña”, de la ciudad de Loja.

Celebración de Navidad a niños de escasos recursos económicos: es meritorio realizar la celebración de navidad a los niños de escasos recursos, esta celebración se la puede gestionar a través de la cadena hotelera GHL (grupo de hoteles) Ecuador, o mediante los hoteles Howard Johnson de las ciudades de Quito, Guayaquil y Loja, de esta manera se realizara un aporte solidario a la comunidad local.

Banco de Sangre: este proyecto tiene como fin generar un banco de sangre, donde los trabajadores participaran en forma voluntaria, este banco de sangre estará destinado para casos de emergencia y los beneficiarios directos serán los hijos y familiares de los colaboradores y además para personas que necesiten de urgencia pintas de sangre y no tengan los recursos necesarios para conseguirlo.

ÁMBIENTAL

Menos utilización de químicos tóxicos.

Se debe implantar un programa de preservación del medio ambiente asociado a disminuir la utilización de químicos tóxicos y empezar usar biodegradables en el

lavado de lencería, es importante reducir el número de libras de lavado implantando la opción o decisión del huésped de no cambiar todos los días la lencería utilizada.

Reducción de papel.

El hotel debe tener la iniciativa de reducir el consumo de papel, por medio de la impresión por ambos lados, o la utilización de escribir anotaciones al reverso del papel impreso, el personal debe acatar esta disposición, además a la hora de comunicar algún memorándum se debe emplear el correo electrónico, con la finalidad de evitar la impresión de hojas.

Brindar información a los clientes y trabajadores sobre temas ambientales.

Cabe recalcar la importancia de informar y concientizar a las personas sobre la responsabilidad que tiene cada individuo para cuidar el medio ambiente, fomentando el respeto y actitudes para cuidar el mismo, con el propósito de asegurar el bienestar de las generaciones futuras, si conocemos los problemas que afecta al medio ambiente podremos tomar acciones para solucionarlas.

Prácticas para preservar el ambiente.

Las prácticas para resguardar el medio ambiente se las debe desarrollar en el hotel Howard Johnson, se debe incluir un depósito acorde para reciclar materiales tales como papeles, cartones, plástico, vidrio, pilas, latas de aluminio y fundas plásticas y de papel, con el fin de reducir la contaminación del medio ambiente.

Acciones con el medio ambiente.

Es necesario plantear acciones que beneficien el cuidado del medio ambiente, con el objetivo de crear una conciencia ambiental en los trabajadores, permitiendo comunicar los principios básicos del cuidado medioambiental, estas acciones deben ser fomentadas y ejecutadas en el hotel Howard Johnson, de una manera correcta en el desarrollado de sus actividades.

- Emplear los juicios ambientales en todos los procesos de planificación y toma de decisiones sobre elementos que consiguieran afectar al medio ambiente.
- Promover a los diferentes grupos de interés del hotel internos como externos, buenas prácticas ambientales, como el disminuir los residuos y la contaminación que nos rodea.

- Diseñar un modelo sostenible que permita evaluar y reducir de manera permanente el nivel de consumo de agua y luz.
- Analizar los problemas medioambientales que genera la actividad hotelera en la comunidad e implementar las herramientas necesarias para prevenir la contaminación.
- Ejecutar y conservar una cultura de promoción y difusión de valores con el medio ambiente.
- Difundir la facturación electrónica en el hotel Howard Johnson, con el fin de ahorrar tiempo, aumentar la productividad y a la vez otorgar bienestar sin atentar con el medio ambiente.

4.3.18. Corroboración de hipótesis.

Hipótesis planteada: El contar con un modelo de balance social y responsabilidad social empresarial constituye una herramienta esencial para evaluar y gestionar el entorno social, ambiental y económico del hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja.

Esta hipótesis se corrobora a través de la presente investigación ya que se desarrolló el modelo de balance social y la memoria de sostenibilidad, las cuales son herramientas útiles para poder medir y evaluar la responsabilidad social, ambiental y económica del hotel Howard Johnson, a través de la aplicación del modelo del balance social se arrojaron resultados claves que permiten medir, controlar y planificar cuantitativamente la gestión social del hotel en tiempo presente y futuro, de igual forma a través de la memoria de sostenibilidad se reveló el desenvolvimiento actual de la empresa en sus tres entornos, informando e involucrando a los diferentes públicos acerca de su RSE, definiéndose acciones a tomar para fortalecer la responsabilidad social empresarial en el hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja.

Para implementar el modelo de balance social en el hotel Howard Johnson y poder medir la responsabilidad social empresarial adecuadamente, se ejemplificó el modelo de balance social tomando como referencia el primer semestre del año 2015, para ello es necesario que las variables se expresen en magnitudes o cantidades, contrastadas con un total real o estimado (R/E), de tal manera se obtuvo su relación porcentual de cada variable, indicando si existe un crecimiento o decrecimiento del valor porcentual, la fórmula que se utilizó para calcular el porcentaje fue la siguiente: $C. estimada - C. real / C. real \times 100$, a continuación se ilustra el modelo del balance social del hotel implementado, las variables categorías y subcategorías podrán ser modificables y mejoradas, conforme a las necesidades del hotel.

Tabla 67. Modelo de balance social ejemplificado

 BALANCE SOCIAL DEL HOTEL HOWARD JOHNSON DE LA CIUDAD DE LOJA						
Razón Social: Hoteles y Servicios Almendral			Razón Comercial: Hotel Howard Johnson			
Inicio del ejercicio		01/01/2015	Culminación del ejercicio		30/06/2015	
No	VARIABLES, CATEGORÍAS, SUBCATEGORIAS	Ejercicio 2015				
		Variable				
		C. Real Primer semestre 2015	C. Estimada Segundo semestre 2015	%	Meta	Observaciones
1.	Variable 1: Caracterización socio demográfica					
1.1	Personas físicas	61	57	-7%	57	En avance
a.	Género					
a.1	Femenino	24	30	25%	30	En avance
a.2	Masculino	37	31	-16%	31	En avance
b.	Edad					
b.1	Entre 18 y 29 años	24	29	21%	29	En avance
b.2	Entre 30 y 39 años	25	25	0%	25	Se cumple
b.3	Entre 40 y 49 años	7	5	-29%	5	En avance

b.4	Más de 50 años	5	3	-40%	3	En avance
c.	Condición de antigüedad					
c.1	Hasta 1 año	9	6	-33%	6	
c.2	Más de 1 año hasta 2 años	10	10	0%	10	Se cumple
c.3	Más de 2 años hasta 3 años	13	13	0%	13	Se cumple
c.4	Más de 3 años hasta 4 años	14	14	0%	14	Se cumple
c.5	Más de 5 años	15	18	20%	18	En avance
d.	Estado Civil					
d.1	Soltero	28	28	0%	28	Se cumple
d.2	Casado	17	17	0%	17	Se cumple
d.3	Unión libre	7	7	0%	7	Se cumple
d.4	Separado	8	8	0%	8	Se cumple
d.5	Viudo	1	1	0%	1	Se cumple
e.	Nivel Educativo					
e.1	Primaria	2	0	-100%	0	No se cumple
e.2	Bachiller	20	5	-75%	5	No se cumple
e.3	Tecnólogo	4	7	75%	7	No se cumple
e.4	Egresado	7	2	-71%	2	No se cumple
e.5	Profesional	25	41	64%	41	No se cumple
e.6	Maestría	3	6	100%	6	No se cumple
f.	Procedencia geográfica					
f.1	Ciudad – Provincia Loja	44	52	18%	52	En avance
f.2	Otra Ciudad	12	6	-50%	6	En avance
f.3	Extranjero(a)	5	3	-40%	3	En avance
g.	Carga Familiar					
g.1	Total de trabajadores	61	57	-7%	57	En avance
g.2	Total hijos	95	95	0%	95	Se cumple
g.3	Índice de hijos por trabajador	1.55	1.55	0%	1.55	Se cumple
2.	Variable 2: Relaciones Laborales					
a.	Responsabilidad de Contrato					
a.1	Dirección manejo y confianza	3	3	0%	3	Se cumple
a.2	Manejo y confianza	15	20	33%	20	En avance

a.3	Manejo y confianza con recargos	11	6	-45%	6	En avance
a.4	Operativo	32	32	0%	32	Se cumple
b.	Remuneración					
b.1	\$300 a \$400	20	11	-45%	11	En avance
b.2	\$401 a \$500	12	18	50%	18	En avance
b.3	\$501 a \$600	13	15	15%	15	Se cumple
b.4	\$601 a \$700	3	5	66%	5	En avance
b.5	\$701 a \$800	6	5	-17%	5	En avance
b.6	\$801 a \$900	2	3	50%	3	En avance
b.7	\$901 a \$1.000	2	2	0%	2	Se cumple
b.8	Más de \$1.000	3	2	-33%	2	En avance
c.	Movimientos de personal					
c.1	Nivel Educativo	10	20	100%	20	No se cumple
c.2	Antigüedad	6	12	100%	12	No se cumple
c.3	Eficacia	14	14	0%	14	Si se cumple
c.4	Méritos en el trabajo	31	15	-52%	15	No se cumple
d.	Tipos de Ausentismo					
d.1	Licencias	40	40	0%	40	Si se cumple
d.2	Suspensiones	8	2	-75%	2	No se cumple
d.3	Incapacidades Laborales	15	3	-80%	3	No se cumple
e.	Accesibilidad a cargos jerárquicos					
e.1	Mujeres en cargos jerárquicos o directivos	4	7	75%	7	No se cumple
e.2	Hombres en cargos directivos	10	7	-30%	7	En avance
f.	Discriminación en el trabajo					
f.1	Discriminación de género	8	0	-100%	0	No se cumple
f.2	Discriminación de raza	1	0	-100%	0	No se cumple
f.3	Discriminación de nivel socio- económico	6	0	-100%	0	No se cumple
f.4	Discriminación de orientación política	3	0	-100%	0	No se cumple
f.5	Discriminación de orientación sexual	2	0	-100%	0	No se cumple

f.6	Ninguna	41	61	49%	61	En avance
g.	Clima laboral en la empresa					
g.1	Excelente	22	44	100%	44	No se cumple
g.2	Bueno	34	16	-53%	16	No se cumple
g.3	Malo	3	0	-100%	0	No se cumple
g.4	Regular	2	0	-100%	0	No se cumple
h.	Procesos disciplinarios					
h.1	Llamados de atención	19	8	-58%	8	No se cumple
h.2	Actas de compromiso	3	2	-33%	2	En avance
h.3	Suspensión de 1 a 3 días	5	0	-100%	0	No se cumple
h.4	Suspensión de 4 a 5 días	2	0	-100%	0	No se cumple
h.5	Suspensión por más de 5 días	1	0	-100%	0	No se cumple
i.	Retiros del personal					
i.1	Faltas graves	3	0	-100%	0	No se cumple
i.2	Mejor oferta laboral y salarial	5	0	-100%	0	No se cumple
i.3	No cumplimiento de las expectativas de la empresa	1	0	-100%	0	No se cumple
i.4	Promoción y/o traslado dentro de GHL (grupo de hoteles)	2	25	1%	25	No se cumple
i.5	Renuncia voluntaria	5	1	-80%	1	No se cumple
j.	Tipos de Contrato					
j.1	Personal fijo	55	57	4%	57	Se cumple
j.2	Personal eventual	6	4	-33%	4	En avance
3.	Variable 3: Desarrollo de personal					
a.	Ascenso					
a.1	Antigüedad	20	15	-25%	15	En avance
a.2	Tiempo de preparación	20	25	25%	25	En avance
a.3	Metas y objetivos de la empresa cumplidos	21	21	0%	21	Si se cumple
b.	Capacitación					
b.1	Programa institucional de inducción	61	61	0%	61	Si se cumple
b.2	Programa de orientación	61	61	0%	61	Si se cumple
b.3	Programa de entrenamiento certificado	40	61	52%	61	No se cumple
b.4	Programa de entrenamiento continuo	50	61	22%	61	En avance

b.5	Programa de reconocimiento	40	61	52%	61	No se cumple
c.	Educación formal					
c.1	Primaria	2	0	-100%	0	No se cumple
c.2	Secundaria	20	5	-75%	5	No se cumple
c.3	Superior	36	46	28%	46	En avance
c.4	Cuarto nivel	3	10	2%	10	No se cumple
d.	Talleres					
d.1	Talleres de liderazgo	2	4	100%	4	No se cumple
d.2	Talleres de desarrollo personal	2	3	50%	3	En avance
d.3	Talleres de trabajo en equipo	2	3	50%	3	En avance
4.	Variable 4: Programas Sociales Internos					
a.	Programas de bienestar social					
a.1	Actividades deportivas	1	1	0%	1	Si se cumple
a.2	Actividades sociales	2	2	0%	2	Si se cumple
a.3	Actividades de acercamiento con la familia	1	2	100%	2	En avance
b.	Alimentación					
b.1	Inversión en alimentación	\$9.948	\$5000	-50%	\$5000	En avance
c.	Transporte					
c.1	Inversión en transporte	\$1680	\$1000	-40%	\$1000	No se cumple
d.	Cultura					
d.1	Programas de cultura	1	2	100%	2	No se cumple
d.2	Inversión en programas de cultura	\$200	\$400	100%	\$400	No se cumple
e.	Planes Vacacionales					
e.1	Campamentos	0	2	0%	2	No se cumple
e.2	Viajes	0	1	0%	1	No se cumple
f.	Programas de atención preescolar					
f.1	Inicial 1	0	1	0%	1	No se cumple
f.2	Inicial 2	0	1	0%	1	No se cumple
f.3	Pre básica	0	1	0%	1	No se cumple
h.	Prestamos					
h.1	Concepto por calamidad doméstica	4	7	75%	7	No se cumple
h.2	Concepto por educación	3	6	100%	6	No se cumple
h.3	Concepto de mejora de vivienda	0	3	0%	3	No se cumple

5.	Variable 5: Salud					
a.	Programas de Higiene ocupacional					
a.1	Políticas de higiene	1	2	100%	2	No se cumple
a.2	Condiciones y medio ambiente de trabajo	1	2	100%	2	No se cumple
b.	Programas de seguridad industrial					
b.1	Prevención de riesgos	1	1	0%	1	Si se cumple
b.2	Seguridad personal en áreas de riesgo	0	2	0%	2	No se cumple
b.3	Elementos de protección personal	0	1	0%	1	No se cumple
c.	Actividades de salud					
c.1	Exámenes médicos ocupacionales de ingresos	50	61	22%	61	En avance
c.2	Exámenes médicos ocupacionales periódicos	0	1	0%	1	No se cumple
c.3	Exámenes médicos ocupacionales de retiro	0	1	0%	1	No se cumple
c.4	Jornadas de vacunación	1	1	0%	1	Si se cumple
d.	Brigadas de salud					
d.1	Visual	1	1	0%	1	Si se cumple
d.2	Oral	0	1	0%	1	No se cumple
e.	Inspecciones					
e.1	Inspección de botiquines	1	2	100%	2	En avance
e.2	Inspección de elementos de protección personal	3	6	100%	6	En avance
e.3	Inspección de señalización de seguridad, emergencia	0	4	0%	4	No se cumple
6.	Variable 6: Información y Participación					
a.	Mecanismo de comunicación					
a.1	Cartelera informativa	3	6	100%	6	En avance
a.2	Cartelera de cumpleaños	6	6	0%	6	Si se cumple
a.3	Cartelera de consignas	3	3	0%	3	Si se cumple
a.4	Reuniones	2	4	100%	4	En avance
b.	Participación en la toma de decisiones					
b.1	Participación de los trabajadores	0	3	0%	3	No se cumple
b.2	Participación del gerente y directivos	2	3	50%	3	En avance
b.3	Número de reuniones ordinarias	2	4	100%	4	No se cumple
b.9	Número de reuniones extraordinarias	2	3	50%	3	En avance
7.	Variable 7: Calidad y servicios					
a.	Política de Calidad					
a.1	Cumplimiento de la política de calidad	80%	100%	25%	100%	En avance
b.	Productos y servicios					

b.1	Clientes satisfechos con los productos y servicios	9.903	10.153	3%	10.153	En avance
b.2	Clientes insatisfechos con los productos y servicios	250	100	-60%	100	No se cumple
c.	Servicios de soporte					
c.1	Inversión en cámaras de seguridad	\$2.500	\$2.500	0%	\$2.500	Si se cumple
c.2	Inversión en programas de reservación y facturación	\$4.000	\$3000	-25%	\$3000	En avance
c.3	Inversión en soporte técnico de las computadoras	\$2000	\$2000	0%	\$2000	Si se cumple
8.	Variable 8: Relaciones Interinstitucionales					
a.	Convenios					
a.1	Entidades públicas	3	5	66%	5	En avance
a.2	Entidades privadas	3	5	66%	5	En avance
b.	Medios de comunicación social					
b.1	Radio	3	5	66%	5	En avance
b.2	Prensa	1	2	100%	2	No se cumple
b.3	Televisión	1	3	66%	3	No se cumple
c.	Accionistas					
c.1	Número de accionistas	1	1	0%	1	Si se cumple
c.2	Número de accionistas nacionales	1	1	0%	1	Si se cumple
c.3	Número de accionistas extranjeros	0	0	0%	0	Si se cumple
9.	Variable 9: Inversión social dirigida a la comunidad					
a.	Programas sociales					
a.1	Número de programas de desarrollo socio - cultural	1	2	100%	2	No se cumple
a.2	Inversión de programas de desarrollo socio – cultural	\$200	\$400	100%	\$400	No se cumple
a.3	Ferias gastronómicas	0	3	0%	3	No se cumple
a.4	Inversión de ferias gastronómicas	\$0	\$750	0%	\$750	No se cumple
a.5	Número donaciones	1	2	100%	2	No se cumple
a.6	Número de trabajos voluntarios	0	3	0%	3	No se cumple
10.	Variable 10: Medio ambiente					
a.	Preocupación por el medio ambiente					
a.1	Reducción de emisiones	55%	90%	64%	90%	No se cumple
a.2	Ahorro de energía	60%	95%	58%	95%	No se cumple
a.3	Reciclaje de desechos	70%	100%	43%	100%	En avance
a.4	Ahorro de agua	50%	90%	80%	90%	No se cumple
a.5	Campañas de educación medio ambientales	1	2	100%	2	No se cumple

Fuente: Investigación

Elaboración: La autora

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Conclusiones.

- A través de la presente investigación se pudo conocer los fundamentos teóricos de la responsabilidad social empresarial y sus múltiples beneficios para la cualquier prototipo de empresa, sin importar su actividad comercial y tamaño, cabe recalcar que en el Ecuador existe CERES e IRSE, organizaciones comprometidas con la sustentabilidad social, ambiental y económica, constituidas por empresas públicas y privadas.
- El Howard Johnson es el primer hotel con marca internacional en la ciudad de Loja operado por la cadena internacional GHL, donde su prioridad es brindar un servicio de excelencia, a través del diagnóstico que se realizó en el hotel Howard Johnson se logró determinar la situación actual en lo que se refiere a la práctica de su responsabilidad social empresarial, donde se evidencio que el hotel hoy en día no cuenta con un instrumento e indicador para evaluar su RSE, como un balance social y una memoria de sostenibilidad.
- Mediante el aporte teórico del balance social se pudo establecer, que el balance social es parte de la responsabilidad social empresarial, ya que permite valorar su desenvolvimiento en su entorno social como parte complementaria de su RSE total.
- El modelo de balance social del hotel Howard Johnson es un instrumento de gran utilidad, que permite medir y evaluar su responsabilidad social de una manera eficiente y eficaz, logrando corregir su desempeño y a la vez estableciendo políticas y objetivos equitativos para su proyección social, en la actualidad el hotel Howard Johnson muestra buenas perspectivas para incrementar las actividades de responsabilidad social a nivel interno con sus trabajadores.
- La propuesta de la investigación de un modelo de balance social y responsabilidad social empresarial para el hotel Howard Johnson, contribuye al beneficio de la empresa y a sus diferentes grupos de interés internos como externos, de igual forma permite asentar bases para un adelanto continuo del hotel, adquiriendo una ventaja competitiva real que incluye una sustentabilidad y equilibrio en su entorno social, económico y ambiental.
- La memoria de sostenibilidad del hotel Howard Johnson brinda información detallada, verídica y equilibrada de su desenvolvimiento económico, social y ambiental, además su aplicación generara una buena imagen, creando un mayor vínculo y confianza con sus grupos de interés o stakeholders, asimismo

las estrategias formuladas para fortalecer la RSE del hotel, colaborarán al correcto desarrollo de su entorno económico, social y ambiental.

5.2. Recomendaciones.

- Es necesario concientizar a las personas sobre la importancia de conocer todo lo que abarca la temática de responsabilidad social empresarial, pues la empresa siempre debe tener en cuenta que sus operaciones influyen de una manera positiva o negativa en la calidad de vida de los trabajadores y a su entorno. El hotel Howard Johnson debería formar parte de (CERES) Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social o (IRSE) Instituto de Responsabilidad Social Empresarial, con la finalidad de comprender y fomentar el desarrollo de modelos basados en prácticas de RSE, para así lograr una sociedad más justa y sostenible.
- El hotel Howard Johnson siendo un hotel con marca internacional, debe ser el pionero en el sector hotelero turístico en desarrollar prácticas de responsabilidad social empresarial, cumpliendo a cabalidad con sus responsabilidades sociales, económicas y ambientales, ya que la RSE en el hotel se pone en práctica de una manera empírica y no de una forma total e integra, el hotel debe realizar acciones vinculadas a la responsabilidad social empresarial, para que de esta manera se logre alcanzar beneficios directos y se garantice la competitividad a largo plazo.
- Es vital contar con alternativas innovadoras que conlleven al desarrollo sostenible, el hotel debe implementar una herramienta de medición de RSE, para poder valorar su desempeño en su ámbito interno y externo, es por ello que se le sugiere al gerente tomar en cuenta los resultados y la propuesta planteada en la presente investigación, para futuras decisiones y proyecciones estratégicas para mejorar su desempeño sustentable.
- Se le recomienda al hotel Howard Johnson implementar el modelo de balance social de una manera consecutiva, para que de esta manera se pueda evaluar y registrar cada año su actuación social y en base a los resultados se planifique políticas y proyectos en su responsabilidad social.
- El hotel Howard Johnson debe dar a conocer su actuación económica, social y ambiental a todos sus grupos de interés con un lenguaje claro y uniforme, informando de una manera transparente y entendible, por consiguiente la información expuesta tiene que ser siempre verificable.
- El hotel Howard Johnson debe seguir preocupándose por sus colaboradores, extendiendo más programas de bienestar social, para que de esta forma los trabajadores se sientan motivados y comprometidos con el hotel logrando el cumplimiento de objetivos y metas, que beneficien a ambas partes.

- El hotel Howard Johnson para competir en los mercados locales y nacionales en el sector turístico hotelero, tiene que agregar la sustentabilidad en sus operaciones, comprometiéndose a la mejora continua y al fortaleciendo de su responsabilidad social empresarial en su entorno interno y externo.

BIBLIOGRAFÍA

- ADEC, A. d. (2009). *Google*. Recuperado el 12 de Marzo de 2015, de http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf
- AHK. (20 de Mayo de 2014). *Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano - Alemana (Responsabilidad Social Empresarial - RSE)*. Recuperado el 28 de Enero de 2015, de Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano - Alemana (Responsabilidad Social Empresarial - RSE): <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/responsabilidad-social-empresarial/>
- Barrera, J. C. (25 de Octubre de 2014). *Google*. Recuperado el 9 de Marzo de 2015, de Scribd.: <http://es.scribd.com/doc/246761761/Definicion-de-Sostenible-Sustentable-y-Responsabilidad-Social#scribd>
- Cajiga Calderón, J. F. (18 de Febrero de 2014). *El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado el 24 de Febrero de 2015, de ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?: http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- CENTRARSE. (2012). *Centro para la acción de la Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de Centro para la acción de la Responsabilidad Social Empresarial: http://centrarse.org/?page_id=6
- CVNE. (25 de Enero de 2006). *Centro Virtual de Noticias de la Educación*. Recuperado el 25 de Febrero de 2015, de Google: <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-93439.html>
- Estrada Ricardo, M. G. (Diciembre de 2005). *Google*. Recuperado el 26 de Febrero de 2015, de www.centrogeo.org.mx/curriculum/germanmonroy/pdf/etica_responsabilidad_social_desarrollo_susten_organiz.pdf
- Fernández, J. (21 de Julio de 2005). *Google*. Recuperado el 10 de Marzo de 2015, de cincodías.com: http://cincodias.com/cincodias/2005/07/21/economia/1122058548_850215.html
- Fernández, R. (6 de Julio de 2010). *Diario Responsable*. Recuperado el 12 de Marzo de 2015, de Google: <http://www.diarioresponsable.com/portada/destacados/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas.html>
- Fernández, R. (6 de Julio de 2010). *Diario Responsable*. Recuperado el 12 de Marzo de 2015, de Google: <http://www.diarioresponsable.com/portada/destacados/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas.html>
- Galicia, X. d. (6 de Marzo de 2014). *Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de Dimensiones de la RSE:

http://rse.xunta.es/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=17&lang=es

- Gonzalez, D. (12 de Mayo de 2013). *Google*. Recuperado el 20 de Febrero de 2015, de http://comportamientodelconsumidorgag.blogspot.com/2013_05_01_archive.html
- Granda, G. R., & Camisón, C. (Enero de 2008). *Biblioteca Ciencias Sociales*. Recuperado el 31 de Marzo de 2015, de Google: http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=0CDQQFjAE&url=http%3A%2F%2Fforetica.org%2Findex.php%2Fbiblioteca%2Flibros-recopilatorios-curso-de-verano%2Fdoc_download%2F31-el-modelo-de-empresa-del-siglo-xxi-hacia-una-estrategia-comp
- Hotel Howard Johnson de la ciudad de Loja. Departamento de recursos humanos, Gerencia.
- Ibarra, A., & Castrillo, A. (Octubre de 2013). *Biblioteca Virtual Eumed.net*. Recuperado el 5 de Marzo de 2015, de <http://www.biblioises.com.ar/Contenido/300/380/Creacion%20de%20empresas.pdf>
- IRSE. (20 de Febrero de 2014). *IRSE (Responsabilidad Social Empresarial) SOSTENIBILIDAD*. Recuperado el 20 de Febrero de 2015, de IRSE (Responsabilidad Social Empresarial) SOSTENIBILIDAD: <http://www.irse-ec.org/index.html>
- Isabel Caballero, A. B. (19 de Junio de 2006). *Google*. Recuperado el 18 de Abril de 2015, de http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/601a700/ntp_687.pdf
- ISO. (2010). *Google*. Recuperado el 13 de Marzo de 2015, de http://www.uwiener.edu.pe/portales/extencion/documentos/iso_26000_project_.pdf
- Jiménez, A. (14 de Agosto de 2012). *Google*. Recuperado el 10 de Abril de 2015, de BBVA: <http://www.bbvacontuempresa.es/a/que-es-el-balance-social-la-empresa>
- Liana Fernández, N. G. (1998). *Google*. Recuperado el 10 de Abril de 2015, de http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/cooperativas_tipologia.pdf
- Machado, C. (2004). *Google*. Recuperado el 28 de Julio de 2015, de dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4003636.pdf
- Navas Leoro, M. A. (2013). Fundamentos de la RSE y su relación con la empresa. En M. A. Navas Leoro, *Responsabilidad Social Empresarial-Texto Guía-Maestría en Gestión Empresarial-UTPL* (pág. 17). Loja: EDILOJA Cía. Ltda.
- OIT, A. M. (Julio de 2001). *Google*. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de http://www.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/balance_social.pdf
- Pacto.Mundial. (18 de Diciembre de 2007). *The Global Compact*. Recuperado el 23 de Marzo de 2015, de Google: <https://www.unglobalcompact.org/languages/spanish>

- Ponce, A. (6 de Diciembre de 2014). *Prezi*. Recuperado el 20 de Febrero de 2015, de Google: https://prezi.com/eaxz_vpe2cup/analisis-de-percepcion-de-audiencias-del-proyecto-mi-caleta/
- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García de la Torre, C. (2012). Alcance de las iniciativas en materia de RSE. En E. Raufflet, J. F. Lozano, E. Barrera, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (pág. 45). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García de la Torre, C. (2012). Directrices de la OCDE. En E. Raufflet, J. F. Lozano, E. Barrera, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (pág. 47). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García de la Torre, C. (2012). Global reporting initiative (GRI). En E. Raufflet, J. F. Lozano, E. Barrera, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (pág. 48). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García de la Torre, C. (2012). ISO 26000. En E. Raufflet, J. F. Lozano, E. Barrera, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (págs. 49-50). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García de la Torre, C. (2012). Pacto Mundial. En E. Raufflet, J. F. Lozano, E. Barrera, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (págs. 46-47). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García de la Torre, C. (2012). Razones estratégicas y éticas para desarrollar la RSE. En E. Raufflet, J. F. Lozano, E. Barrera, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (pág. 25). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Reyno Momberg, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva*. Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de Niveles de Responsabilidad Social Empresarial: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/Niveles%20de%20la%20responsabilidad%20social%20empresarial.htm>
- Reyno Momberg, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial como Ventaja Competitiva*. Recuperado el 9 de Marzo de 2015, de Alcances de la Responsabilidad Social Empresarial: <http://eumed.net/libros-gratis/2008c/436/#indice>
- Socorro, F. (28 de Diciembre de 2009). *Google*. Recuperado el 10 de Marzo de 2015, de <http://www.degerencia.com/articulo/etica-etica-empresarial-y-responsabilidad-social>
- Thompson, I. (Junio de 2008). *Promonegocios.net*. Recuperado el 20 de Junio de 2015, de Google: <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

ANEXOS

ANEXO 1

ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA DEL HOTEL HOWARD JOHNSON AÑO 2014

A través del estado financiero se revela la situación financiera del hotel Howard Johnson Loja, donde se podrá evidenciar los activos, pasivos, patrimonio, utilidades netas.

HOTELES Y SERVICIOS ALMENDRAL CIA. LTDA.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014
(En dólares de los Estados Unidos de América - USD)

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE		\$ 259.760,37	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO		\$ 11.097,85	%
UTPL			
FONDO ROTATIVO	\$ 1.200,00		
BANCOS	\$ 9.897,85		
ACTIVOS FINANCIEROS		\$ 156.516,15	
UTPL	\$ 75.529,57		
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES CRÉDITOS VIGENTES	\$ 65.782,04		
OTRAS CUENTAS POR COBRAR	\$ 15.204,54		
INVENTARIOS		\$ 45.050,05	
PRODUCTOS TERMINADOS			
MATERIAS PRIMAS			
MATERIALES E INSUMOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 45.050,05		
MATERIALES INDIRECTOS			
RESPUESTOS, ACCESORIOS Y HERRAMIENTAS			
SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS		\$ 16.032,91	
ANTICIPOS EMPLEADOS Y TRABAJADORES	\$ 7.561,96		
ANTICIPOS PAGADOS A PROVEEDORES	\$ 8.470,95		
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES		\$ 31.063,41	
IMPUESTOS	\$ 31.063,41		
ACTIVO NO CORRIENTE			
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		\$ 5.206.260,83	
TERRENOS	\$ 831.251,21		
CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	\$ 4.188.133,93		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 339.107,34		
MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN	\$ 45.885,73		
EQUIPOS DE CÓMPUTO Y SOFTWARE	\$ 98.463,00		
VEHÍCULOS	\$ 17.138,22		
EQUIPOS HOTELEROS	\$ 304.647,20		
EQUIPO DE LABORATORIO			
ELECTRODOMÉSTICOS			
EQUIPO DE OFICINA			
ENSERES Y ACCESORIOS DE PLANTA			
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ (618.365,80)		
OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES		\$ 49.087,19	(5.515.107,78)
OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 49.087,19		

TOTAL DEL ACTIVO		\$ 5.515.107,78
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE		\$ 3.301.182,76
UTPL	\$ 2.354.003,84	
EDILOJA	\$ 26.933,35	
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	\$ 205.820,89	
OBLIGACIONES CON LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	\$ 29.379,11	
OBLIGACIONES CON EL IESS	\$ 9.622,60	
OBLIGACIONES POR BENEFICIOS DE LEY A EMPLEADOS	\$ 119.745,84	
PRESTAMOS BANCARIOS	\$ 548.348,51	
CUENTAS POR PAGAR A SOCIOS		
ANTICIPO DE CLIENTES	\$ 7.328,62	
PASIVO NO CORRIENTE		\$ 49.694,82
OTROS PASIVOS	\$ 49.694,82	
TOTAL DEL PASIVO		\$ 3.350.877,58
PATRIMONIO		
		\$ 2.164.230,20
CAPITAL		
CAPITAL		\$ 2.300.000,00
UTPL	\$ 2.277.000,00	
EDILOJA	\$ 23.000,00	
RESERVAS		
RESERVA FACULTATIVA		
RESULTADOS		
		\$ (135.769,80)
PÉRDIDAS ACUMULADAS	\$ (148.897,57)	
GANANCIA / PÉRDIDA EJERCICIO ACTUAL	\$ 13.127,77	
TOTAL DEL PATRIMONIO		
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 5.515.107,78 \$ (5.515.107,78)

Interpretación de la situación financiera

El Estado de Situación Financiera presenta la situación financiera de la empresa o sea los recursos con que cuenta (activos), cuánto dinero debemos (pasivo) y con qué capital contamos (patrimonio) al término de un periodo.

Al analizar los Estados financieros de Hoteles y Servicios Almendral Cía. Ltda., se puede evidenciar como se encuentra la empresa:

$$\text{INDICE DE LIQUIDEZ} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$L = \frac{259.760,37}{3.301.182,76}$$

$$L = 0,08$$

Interpretación.- Este resultado nos da a conocer que por cada dólar que la Empresa adeuda a corto plazo dispone de \$ 0.08 centavos para pagar dicha deuda, lo cual nos dice que tiene demasiadas deudas de las que debería tener. Está por debajo de los rangos normales, no es solvente.

INDICE DE CAPITAL DE TRABAJO = Activo Corriente – Pasivo Corriente

$$CT = 259.760,37 - 3.301.182,76$$

$$CT = -3.041.422,39$$

Interpretación.- La Compañía no posee un margen de seguridad para cubrir obligaciones que posea a corto plazo con los acreedores.

INDICE DE SOLVENCIA = $\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo Total}}$

$$S = \frac{3.350.877,58}{5.515.107,78}$$

$$S = 61\%$$

Interpretación.- Esto nos indica que en un 61% la empresa corresponde a los acreedores.

INDICE DE ENDEUDAMIENTO = $\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Total}}$

$$E = \frac{2.164.230,20}{5.515.107,78}$$

$$E = 0.39$$

Interpretación.- Este resultado nos da a conocer que el 39% de la empresa corresponde a los propietarios, esto no es beneficioso, ya que pone en riesgo su patrimonio.

INDICE DE CONSISTENCIA = $\frac{\text{Propiedad, Planta y equipo}}{\text{Pasivo no Corriente}}$

$$IC = \frac{5.206.260,83}{49.694.82}$$

$$IC = 104.76$$

Interpretación.- Este resultado nos ofrece un grado de seguridad económica a los futuros acreedores de la Empresa

INDICE DE RENTABILIDAD

Utilidad Neta x100

Patrimonio

$$R = \frac{1.3127,58}{2.164.230,20} \times 100$$

$$R=0.61\%$$

Interpretación.- Significa el porcentaje de utilidad neta en relación al capital es de 0.61%, los fondos aportados por los socios.

Costo de venta x 100

Ventas Netas

$$= \frac{385.048,67}{466.526,04} \times 100$$

$$= 82.54\%$$

Interpretación.- Significa el porcentaje de costo de ventas es de 82.54% con relación a las ventas neta.

APALANCAMIENTO FINANCIERO

Apalancamiento Total = Pasivo total
Patrimonio

$$= \frac{3.350.877,58}{2.164.230,20}$$

$$= 1.54$$

Interpretación.- Significa que por cada dólar de patrimonio, adeuda \$ 1.54; es decir que las deudas son del 154% con respecto al patrimonio.

ANEXO 2

ENCUESTA PARA LOS TRABAJADORES DEL HOTEL HOWARD JOHNSON

Marque con una X la respuesta que crea conveniente.

1. Datos Generales.

Sexo:

Masculino Femenino

Edad:

18-25 años 26-31 años 32-40 años 41-50 años
51-60 años 61 años en adelante

Estado civil:

Soltero(a) Casado(a) Divorciado(a)

Otros Especifique.....

Lugar de Origen:

Ciudad- Provincia Loja Otra ciudad Extranjero(a)

Nivel Educativo:

Primaria Bachiller Tecnólogo Egresado

Tercer Nivel Magíster PHD

2. ¿Tiene una obligación de carga familiar en su entorno?

Sí No

Número de Personas.....

3. Indique el área que pertenece y cargo en el hotel Howard Johnson.

Área.....

Cargo.....

4. ¿Qué tiempo usted trabaja en el Hotel Howard Johnson?

Menor a 6 meses Entre 6 meses y menor a 1 año

Entre 1 año y menor a 2 años Entre 2 años y menor a 3 años

Entre 3 años y menor a 4 años 4 años en adelante

5. ¿Cuál es su salario en el Hotel Howard Johnson?

\$301 a \$400 \$401 a \$500 \$501 a \$600

\$601 a \$700 \$701 a \$800 \$801 a \$900

\$901 a \$1.000 \$1.000 y más

6. ¿El Hotel Howard Johnson de qué manera cancela su salario?

Quincenal Mensual Otros Especifique.....

7. ¿Desde que inició su trabajo en el Hotel Howard Johnson que beneficios obtuvo?

Afiliación al IEES Décimo Tercero y Décimo Cuarto Sueldo Ambos

Ninguno

Porqué.....

8. ¿El Hotel Howard Johnson efectúa rotación de personal en base a?

Nivel educativo Antigüedad Eficacia

Disciplina o méritos del trabajo Otros

Especifique.....

9. ¿Conoce o identifica que es un Balance Social?

Sí No En parte

10. Tiene conocimiento sobre el concepto de RSE?

Sí No En parte

11. ¿De acuerdo a su criterio cuando se habla de Responsabilidad Social Empresarial RSE a que hace referencia?

Responsabilidad Económica Responsabilidad Social

Responsabilidad Ambiental Todas las anteriores

Otros Especifique.....

12. ¿El Hotel Howard Johnson socializa el concepto de Responsabilidad Social Empresarial con sus empleados?

Sí No En parte Desconoce

13. ¿El Hotel Howard Johnson socializa el concepto de Responsabilidad Social Empresarial con sus proveedores?

Sí No En parte Desconoce

14. ¿El Hotel Howard Johnson socializa el concepto de Responsabilidad Social Empresarial con sus clientes?

Sí No En parte Desconoce

15. ¿Identifica los diferentes grupos de interés o stakeholder con los cuales interactúa el Hotel?

Sí No En parte

16. ¿Conoce de que se trata los reportes sociales o memorias de sostenibilidad?

Sí No En parte

17. Ha notado algún tipo de discriminación como por ejemplo.

Discriminación de género

Discriminación de Raza

Discriminación de Nivel Socio-Económico

Discriminación de orientación política

Discriminación de orientación sexual

Ninguno

18. ¿Cómo califica el clima laboral de la empresa?

Excelente Bueno Malo Regular

19. ¿En el Hotel cómo se toman las decisiones ante cualquier situación?

Con ayuda de los trabajadores El gerente y directivos toman las decisiones

Otros Especifique.....

20. ¿Usted conoce si el Hotel Howard Johnson invierte en?

Proyectos de interés social En el medio ambiente Trabajos voluntarios

Donaciones No invierte mucho No existe inversión

21. El Hotel Howard Johnson invierte en Programas Sociales para los trabajadores

como:

Alimentación Transporte Vivienda Deporte Cultura
Planes Vacacionales Capacitación Ninguna

22. El Hotel Howard Johnson para la motivación del personal utiliza recursos como:

Capacitación constante Desarrollo Personal Incentivos económicos
Ninguno Otros Especifique.....

23. ¿El Hotel Howard Johnson cómo colabora en la reducción del impacto ambiental?

En reducción de emisiones En reducción de energía
En reciclaje de desechos En ahorro de agua
Ninguna Otros Especifique.....

24. ¿En el Hotel Howard Johnson se trabaja de una forma?

Transparente (democrática, responsable)
No transparente (antidemocrática, corrupta)

25. ¿Qué actividades promueve el Hotel Howard Johnson?

Culturales Deportivas Ambientales Económicas Educativas
De Salud Ninguna

26. ¿Qué actividades considera parte de la Responsabilidad Social Empresarial?

Compromiso con la protección del medio ambiente
Transparencia en la administración de la empresa
Políticas de Recursos Humanos justas
Todas las anteriores
Ninguna
Otras
Especifique.....

ANEXO 3

ENTREVISTA AL GERENTE DEL HOTEL HOWARD JOHNSON.

1. **¿Conoce o identifica el término de responsabilidad social empresarial RSE? Explique su respuesta por favor.**

Sí No Parcialmente

.....
.....

2. **¿Usted cree que es de gran importancia que las empresas realicen prácticas de responsabilidad social empresarial?**

Totalmente de acuerdo De acuerdo En desacuerdo
Totalmente en desacuerdo

3. **¿El Hotel Howard Johnson tiene prácticas de responsabilidad social empresarial RSE a lo que se refiere a lo económico como entrega de estado de resultados, activo, pasivo, patrimonio, utilidades, pago de impuestos?**

Sí No Parcialmente

Cuáles

.....
.....

4. **¿El Hotel Howard Johnson tiene prácticas de responsabilidad social empresarial RSE en lo social como políticas de recursos humanos, seguridad y salud laboral, capacitación a los trabajadores, productos y servicios de calidad, proyectos sociales en educación y cultura?**

Sí No Parcialmente

Cuáles

.....
.....

5. **¿El Hotel Howard Johnson tiene prácticas de responsabilidad social empresarial RSE en lo ambiental como políticas amigables con el medio ambiente, optimización del uso eficaz de energía y agua?**

Sí No Parcialmente

Cuáles

.....
.....

6. **¿El Hotel Howard Johnson con qué grupos de interés asume compromisos de RSE?**

Accionistas Trabajadores Clientes
Proveedores Comunidad

7. ¿Usted cree que la Responsabilidad Social Empresarial aplicándola de una manera correcta tiene como beneficio una ventaja competitiva?

Sí No Parcialmente

Porqué

.....
.....

¿Cómo aportaría la empresa socialmente para el desarrollo integral del empleado?

.....
.....

8. ¿Dentro del análisis interno de la empresa, cuál cree que son las principales fortalezas y debilidades del Hotel Howard Johnson?

Fortalezas

.....
.....

Debilidades

.....
.....

9. ¿Dentro del análisis externo de la empresa, cuál cree que son las principales amenazas y amenazas del Hotel Howard Johnson?

Fortalezas

.....
.....

Debilidades

.....
.....

ENTREVISTA A LA PERSONA QUE ADMINISTRA EL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS DEL HOTEL HOWARD JOHNSON LOJA.

1. **¿Conoce o identifica el término de responsabilidad social empresarial RSE? Explique su respuesta por favor.**

Sí No Parcialmente

2. **¿Usted cree que es de gran importancia que las empresas realicen prácticas de responsabilidad social empresarial?**

Totalmente de acuerdo De acuerdo En desacuerdo
Totalmente en desacuerdo

3. **¿Conoce o identifica el término de Balance Social? Explique su respuesta por favor.**

Sí No Parcialmente

4. **¿En el Hotel Howard Johnson se presentan Balances Sociales?**

Sí No

5. **¿Qué acciones se realiza para mejorar la calidad de vida del trabajador? Explique su respuesta por favor.**

6. **¿Señale qué punto es decisivo para realizar movimiento de personal en el Hotel Howard Johnson?**

Nivel Educativo Antigüedad Eficacia
Disciplina o méritos del trabajo Otros
Especifique.....

7. **¿Posee el Hotel un programa para el estímulo de la capacitación y adiestramiento del personal? Explique su respuesta por favor.**

Sí No Parcialmente

8. **¿Tiene el Hotel un plan vacacional y recreacional para atender las necesidades de los trabajadores? Explique su respuesta por favor.**

Sí No Parcialmente

9. ¿Se protege la vida del trabajador en puestos de alto riesgo con políticas de seguridad bien definidas?

Sí No

10. ¿El Hotel ofrece un programa de vivienda, para atender las necesidades habitacionales de sus trabajadores? Explique su respuesta por favor.

Sí No Parcialmente

.....
.....

11. ¿Ofrece el Hotel Howard Johnson un programa de alimentación para sus trabajadores? Explique su respuesta por favor.

Sí No Parcialmente

.....
.....

12. ¿Existe un programa de transporte para atender las necesidades de los trabajadores del Hotel Howard Johnson? Explique su respuesta por favor.

Sí No Parcialmente

.....
.....

13. ¿Dentro del análisis interno de la empresa, cuál cree que son las principales fortalezas y debilidades del Hotel Howard Johnson?

Fortalezas

.....
.....

Debilidades

.....
.....

14. ¿Dentro del análisis externo de la empresa, cuál cree que son las principales oportunidades y amenazas del Hotel Howard Johnson?

Fortalezas

.....
.....

Debilidades

.....
.....

ANEXO 4

CERTIFICACIÓN DE APERTURA PARA LA REALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN EN EL HOTEL HOWARD JOHNSON



Loja, 16 de junio del 2014

Ingeniera:
Tatiana Elizabeth Guarnizo Fernández
Alumna del Cuarto Ciclo de la Maestría Gestión Empresarial – UTPL

De mis consideraciones:

Por medio del presente me permito confirmar la Autorización de acuerdo a su pedido en donde solicita la apertura por parte del Hotel, para la realización del anteproyecto de tesis denominado “Diseño de un Modelo de Balance Social y Responsabilidad Social Empresarial para el Hotel Howard Johnson Loja año 2015”. Indicando que el Hotel va a prestar las facilidades necesarias para el total desarrollo del mismo.

Sin otro particular que comunicarle y reiterándole mis sentimientos de consideración y estima

Atentamente,

Herbert Moreno Jácome
1710868694
GERENTE GENERAL
HOTEL HOWARD JOHNSON LOJA

(Cda. Zamora) Av. Zoilo Rodríguez s/n y Antisana
Telf.: (593-7) 2589000
reservas@hojo.com.ec
Loja • Ecuador
Operado por GHL Hoteles
www.ghlhoteles.com hojo.com

ANEXO 5

FOTOS DEL HOTEL HOWARD JOHNSON

