



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

### **ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



## **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LA CADENA HOTELERA CASA ANDINA DE LA CIUDAD DE PUNO**

### **TESIS**

#### **PRESENTADA POR:**

**Bach. YOSELIN XIOMARA GUERRA LAURA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADA EN TURISMO**

**PUNO - PERÚ**

**2016**



## DEDICATORIA

*A Dios y al Universo porque siempre conspira a mi favor, a mis amados padres Rey y Ceci que a ellos se lo debo todo, a mi compañero de pacto, mi gran apoyo, mi esposo Paul y a los dos grandes amores de mi vida Ángeles y Luciano mis bebés...*

*Xiomara Guerra.*



## AGRADECIMIENTOS

- Especial reconocimiento a Nuestra Alma Mater Universidad Nacional del Altiplano de Puno por la labor visionaria en la formación de excelentes profesionales así mismo se agradece a la Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Profesional de Turismo.
- A los docentes de la Escuela Profesional de Turismo
- Al Gerente del hotel Casa Andina Puno
- A los trabajadores de cada área del hotel Casa Andina de Puno
- A los jefes de cada área de la Cadena Hotelera Casa Andina
- A todos los docentes por su entrañable labor en formar profesionales y en especial a mis jurados Dr. Mario Silva Dueñas, Msc. Rosario María Mamani Miranda, Msc. Carmen Yaneth Aliaga Tapia, al director y Asesor de la tesis Dr. Alan Midguar Franco Jove, por encaminar con sus orientaciones positivas para el desarrollo del trabajo de investigación.



## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
<b>DEDICATORIA</b>	
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	
<b>ÍNDICE DE ACRÓNIMOS</b>	
<b>RESUMEN .....</b>	<b>13</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>14</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	18
1.2.1. Pregunta general .....	18
1.2.2. Preguntas específicas.....	18
1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
1.3.1. Hipótesis general .....	19
1.3.2. Hipótesis específicas .....	19
1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO .....	20
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	20
1.5.1. Objetivo general .....	20
1.5.2. Objetivos específicos.....	21



## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES.....	22
2.1.1. A nivel internacional .....	22
2.1.2. A nivel Nacional.....	24
2.2. MARCO TEÓRICO.....	25
2.2.1. Concepto de la responsabilidad social empresarial (RSE) .....	25
2.2.2. Los grupos de interés (Stakeholders) .....	31
2.2.3. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial .....	32
2.2.4. Políticas y procedimientos orientados al desarrollo y mejora en la calidad de vida de los trabajadores de la empresa .....	32
2.2.5. Definición de la ecoeficiencia .....	33
2.2.6. La eco eficiencia en la gestión ambiental local .....	33
2.2.7. Emplear los recursos naturales con responsabilidad medioambiental .....	33
2.3. MARCO CONCEPTUAL .....	34

## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN DEL ESTUDIO.....	37
3.1.1. Ejes de análisis.....	37
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO .....	37
3.2.1. Población.....	37
3.2.2. Cálculo del tamaño de la muestra.....	38
3.2.3. Unidades de análisis.....	38
3.3. METODO DE INVESTIGACIÓN .....	38
3.3.1. Diseño de la investigación .....	38



3.3.2. Tipo de investigación .....	39
3.3.3. Técnicas de investigación .....	39
3.3.4. Técnicas e instrumentos de investigación.....	40
3.3.5. Procedimientos de la investigación .....	40
3.3.6. Procedimientos estadísticos de análisis de datos.....	40
3.4. SISTEMA DE VARIABLES - OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	40

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1. PUNO DESTINO TURÍSTICO .....	42
4.2. PROCESO DE INICIO DE LA CADENA HOTELERA CASA ANDINA PRIVATE COLLECTION .....	43
4.3. CARACTERÍSTICA ORGANIZACIONAL DEL HOTEL CASA ANDINA .....	46
4.4. CAPACIDAD INSTALADA DEL HOTEL CASA ANDINA PUNO .....	47
4.5. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE CASA ANDINA .....	48
4.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA EJECUTADA A LA GERENCIA DE LA CADENA HOTELERA CASA ANDINA.....	56
4.7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA EJECUTADA AL PÚBLICO INTERNO O COLABORADORES DE LA CADENA HOTELERA CASA ANDINA .....	60
4.8. ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN QUE TIENE EL HOTEL POR PARTE DE LA GERENCIA EN LO REFERENTE A SUS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO SON LOS VALORES Y COHERENCIA, PÚBLICO INTERNO, PROVEEDORES, CONSUMIDORES, COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE.....	76



4.9. LOS STAKEHOLDERS EN LA QUE INTEGRA LA CADENA HOTELERA CASA ANDINA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL .....	83
4.9.1. Propuesta de mejora para el hotel Casa Andina Private Collection -Puno para la responsabilidad social empresarial.....	83
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>88</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>91</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>92</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>96</b>
Anexo 1. Formato de entrevista .....	97
Anexo 2. Tratamiento de datos estadísticos .....	105

**Área:** Administración de Empresas Turísticas

**Tema:** Responsabilidad Social Empresarial

**FECHA DE SUSTENTACIÓN: 11 de agosto 2016**



## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1: Código de ética. ....	56
Figura 2: Gobierno corporativo. ....	57
Figura 3: Transparencia en los informes contables. ....	58
Figura 4: Relaciones leales con la competencia. ....	58
Figura 5: Reportes de sustentabilidad.....	59
Figura 6: Seguridad e Higiene, Identificación de riesgos laborales relacionados con la seguridad de los trabajadores.....	60
Figura 7: Realización de charlas informativas o instancias similares, tendientes a Informar a los trabajadores los riesgos en seguridad de la empresa.....	60
Figura 8: Manual de seguridad e higienes.....	61
Figura 9: Conocimiento de la cantidad de accidentes de trabajo.....	62
Figura 10: Establecimiento de sistemas de reinserción de los trabajadores accidentados.....	62
Figura 11: Existencia de una política de beneficios orientada a mejorar la calidad de Vida y bienestar de los trabajadores.....	63
Figura 12: Conocimiento de la política de beneficios por los trabajadores. ....	64
Figura 13: Consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los Beneficios recibidos. ....	64
Figura 14: Establecimiento de beneficios para los familiares cercanos al trabajador...	65
Figura 15: Política de conciliación entre la vida personal y vida laboral.....	65
Figura 16: Implementación de la flexibilidad de horarios en casos especiales. ....	66



Figura 17: Realizan actividades de esparcimiento en la que los trabajadores integran a sus familias. ....	66
Figura 18: Prácticas acerca de conciliación vida personal y vida familiar .....	67
Figura 19: Consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos en las prácticas o políticas de conciliación vida familiar y laboral. ....	67
Figura 20: Política de Previsión. ....	68
Figura 21: Implementación de la flexibilidad de horarios en casos especiales. ....	69
Figura 22: Actividades de esparcimiento en las que los trabajadores integran a sus Familiares. ....	69
Figura 23: Conocimiento de las Prácticas acerca de conciliación vida personal y vida familiar. ....	70
Figura 24: Consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos en las prácticas o políticas de conciliación de vida familiar y laboral.....	71
Figura 25: Manual de procedimientos tendientes a prevenir y sancionar situaciones de acoso sexual.....	71
Figura 26: Conocimiento de procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual. ....	72
Figura 27: Diseño confidencial de los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual. ....	73
Figura 28: Mecanismos orientados a prevenir situaciones de discriminación.....	73
Figura 29: Mecanismos para incluir grupos desfavorecidos o vulnerables. ....	74
Figura 30: Conocimiento de procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación.....	74



Figura 31: Confidencialidad de los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación. ....	75
Figura 32: Responsabilidad social público interno. ....	76
Figura 33: Responsabilidad Social con los Proveedores. ....	78
Figura 34: Responsabilidad social con los consumidores. ....	80
Figura 35: Trabajos de Responsabilidad Social en relación con la Comunidad. ....	81
Figura 36: Responsabilidad social con el medio ambiente. ....	82



## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1: Operacionalización de variables.....	41
Tabla 2: Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	40
Tabla 3: Casa Andina Private Collection.....	52
Tabla 4: Casa Andina Select.....	53
Tabla 5: Casa Andina Classic.....	53
Tabla 6: Análisis FODA de la empresa hotelera.....	55
Tabla 7: Plan de mejoramiento de responsabilidad social.....	84
Tabla 8: Teoría de la responsabilidad social empresarial hotel casa andina private collection.....	86



## ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

<b>INTERCORP</b>	: (Conglomerado de empresas multinacionales de origen peruano)
<b>HACCP</b>	: (Hazard Analysis and Critical Control Points)
<b>SGS</b>	: (Modelo de Inspección y Certificación)
<b>IPAE</b>	: (Instituto Peruano de Administración Empresarial)
<b>CADE</b>	: (Conferencia Anual de Ejecutivos)
<b>HOSEG</b>	: (Emprendimiento social)
<b>START UP COMPANY</b>	: (Empresas emergentes)
<b>LATA</b>	: (Latin American Travel Association)
<b>RPP</b>	: (Radio Programas del Perú)



## RESUMEN

La responsabilidad social insertada en los destinos turísticos y el actuar de las empresas con las practica de los valores: Ética y clima laboral que les permite el empoderamiento en el trabajo y ganar premios como organización de prestación de servicio, generar empleo logrando clima laboral con público interno, proveedores, consumidores, comunidad y medio ambiente. El propósito es Identificar y evaluar los criterios de Responsabilidad Social que desarrolla estratégicamente la Cadena Hotelera Casa Andina determinación de beneficios en la ciudad de Puno. Investigación descriptiva y analítica, tipo hipotética-inductiva-deductiva de carácter explicativo, la muestra se consideró al Censo total 46 trabajadores de la Cadena Hotelera Casa Andina Private Collection. Se aplicó la entrevista y encuestas. La empresa se interesa en mejorar el ambiente laboral de su organización. 49.7% manifiestan “En parte” existe una política de beneficios orientada a mejorar la calidad de Vida y bienestar de los trabajadores , 39.6% expresan que “SI ;el 77.1% “SI” tienen Conocimiento de políticas de beneficios para trabajadores que ofrece la empresa hotelera y manifiestan 54.2% SI , Expresan el 60.4% que “SI” se da la implementación de horarios en casos especiales; el conocimiento de prácticas de conciliación y vida personal, vida familiar el 50% expresa “En parte” ;diseño confidencial de procedimientos para prevenir y sancionar acoso sexual confirman 45.8%; conocimiento orientado para prevenir situaciones de discriminación en la empresa. Separación de residuos sólidos y tratamiento, los colaboradores y los stakeholders contribuirán en acciones pertinentes.

**Palabras claves:** Cadena Hotelera, empresa, Responsabilidad Social, Stakeholders.



## ABSTRACT

The social responsibility inserted in the tourist destinations and the actions of the companies with the practices of the values: Ethics and work environment that allows them to be empowered at work and win prizes as a service delivery organization, generate employment achieving work climate with the public internal, suppliers, consumers, community and environment. The purpose is to identify and evaluate the Social Responsibility criteria strategically developed by the Casa Andina Hotel Chain, determining benefits in the city of Puno. Descriptive and analytical research, hypothetical-inductive-deductive type of an explanatory nature, the sample was considered to the total Census 46 workers of the Casa Andina Private Collection Hotel Chain. The interview and surveys were applied. The company is interested in improving the work environment of your organization. 49.7% state "In part" there is a benefits policy aimed at improving the quality of life and welfare of workers, 39.6% say that "YES; 77.1% " YES "have knowledge of worker benefits policies offered by the company hotel and say 54.2% YES, They express 60.4% that "YES" is given the implementation of schedules in special cases; knowledge of practices of conciliation and personal life, family life 50% express "In part", confidential design of procedures to prevent and punish sexual harassment confirm 45.8%; knowledge oriented to prevent situations of discrimination in the company. Solid waste separation and treatment, collaborators and stakeholders will contribute in relevant actions.

**Keywords:** Hotel Chain, company, Social Responsibility, Stakeholders.



# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo sostenible de toda empresa hotelera juega un rol fundamental con la Responsabilidad social empresarial (RSE) el cual incide en el equilibrio entre el crecimiento económico el bienestar social y el uso de los recursos naturales y el medio ambiente. El objetivo principal que persigue la RSE radica en el impacto positivo que estas prácticas generan en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa hotelera. En tanto la empresa hotelera tiene tienen la responsabilidad de conocer el entorno en el que operan. Deben tener un claro conocimiento de su entorno organizacional, no solo en términos geográficos, sino en términos del conjunto de reglas, leyes que rigen su operación, y todas las actividades relacionadas directa e indirectamente con la empresa. La identificación o existencia del publico interno y el público externo también llamados “stakeholders”.

El propósito fundamental es identificar el estado actual de las acciones de Responsabilidad Social que ha realizado el hotel de cuatro estrellas Casa Andina Private Collection para lo cual se desarrollaron los fundamentos teóricos sobre la responsabilidad social empresarial, identificar la percepción que tiene el hotel para Puno destino turístico. En tal sentido el hotel incide en ejecutar una serie de acciones que se toma en consideración desde la gerencia en lo referente a sus acciones de responsabilidad social como son los valores y coherencia, público interno, proveedores, consumidores, comunidad y medio ambiente y elaborar una propuesta de mejora que permita hacer seguimiento a los índices de responsabilidad social en la organización hotelera. El proyecto de investigación está sustentado en el paradigma empírico analítico.



Las técnicas empleadas para la recolección de información fueron la primaria y secundaria que llevara a obtener información válida e importante para llevar adelante el trabajo de investigación. En recolección de información primaria, se llevó a cabo una encuesta al gerente del hotel, que fueron tabuladas y analizadas por medio de la técnica de análisis descriptivo según un Cuadro. En las técnicas secundarias, se realizaron revisiones y análisis de diversas fuentes bibliográficas, base de datos, páginas web, artículos científicos y tesis relacionadas a la investigación, tanto nacionales como internacionales.

La organización y descripción del trabajo de investigación se divide en cuatro capítulos los cuales presentan información correspondiente al año 2015 y 2016 los que fueron recolectados mediante investigación bibliográfica y observación directa en el trabajo de campo (entrevistas y encuestas).

**En el primer capítulo.** Se considera el planteamiento del problema de investigación, los objetivos y los pasos que se siguieron para alcanzarlo, la justificación y el marco referencial y/o antecedente del trabajo de investigación.

**En el segundo capítulo** se deduce. El marco teórico, base teórica científica sustento teórico de la investigación y conceptos. Formulación de las hipótesis y la definición de variables con la determinación de los indicadores.

**Capítulo tercero.** Se describe la metodología el tipo y nivel de la investigación, diseño de la investigación, población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, el procesamiento y análisis de datos, que es la matriz medular para el proceso de ejecución. También se consideró la información recopilada a partir de fuentes secundarias, donde se toma como punto de partida la información que facilitaron los informantes del Hotel Casa Andina Private Collection.



**Capítulo cuarto.** Se desarrolla el análisis y discusión de resultados se deducen puntos importantes. Se considera la caracterización del área de estudio priorizando datos la información general de la ciudad de Puno como destino turístico, luego se detalla la caracterización situacional del hotel Casa Andina. Se consideró el Análisis de las entrevistas en profundidad ejecutadas al gerente y el público interno de Casa Andina con respecto a la Responsabilidad Empresarial y la relación con los stakeholders Finalmente se deducen las conclusiones.

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El actuar de la actividad del turismo a nivel del sector terciario como medio de producción de servicios de características tangibles e intangibles se inserta el manejo de la Responsabilidad Social Empresarial determinada como estrategia de nivel práctico que le permitirá a la empresa evaluar el grado de desarrollo de sus estrategias, políticas y prácticas en los distintos ámbitos que involucra la responsabilidad de un buen ciudadano y/o persona corporativo, la responsabilidad social empresarial tiene considera las relaciones de la empresa con el ámbito en la que se desarrolla. El entorno a nivel interno como externo, la integran diferentes colectivos como empleados público interno, accionistas, clientes, proveedores, organismos públicos y sociedad en general a nivel del destino turístico Puno.

Por lo tanto, la responsabilidad social empresarial engloba una serie de acciones estratégicas que se inician con la cohesión y relación de las actuaciones económicas de las empresas con el compromiso responsable y ético hacia la sociedad. Esto hace que la responsabilidad social empresarial es un factor determinante para favorecer la competitividad de las organizaciones, sino su propia sostenibilidad eficiente. En caso especial de los hoteles que operan en la ciudad de Puno, es el sector turístico y hotelero,



una de las actividades económicas de mayor impacto en este entorno local en la ciudad de Puno, se hace aún más relevante la definición de unas políticas claras de responsabilidad social frente al entorno geográfico como es el Lago Titicaca.

En particular, se tomó como unidad de estudio el hotel Casa Andina que es una Cadena Hotelera de cuatro estrellas, ubicado en Puno destino turístico en la zona de Huaje. Al plantear esta problemática se detallan las siguientes preguntas:

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Pregunta general**

¿Cómo se presentan los índices de la Responsabilidad Social que ha desarrollado estratégicamente el hotel cuatro estrellas Casa Andina al desarrollo de beneficios en su entorno en la ciudad de Puno?

### **1.2.2. Preguntas específicas**

- ¿Cómo Identificar el estado actual de las acciones de Responsabilidad Social que ha realizado de la Cadena Hotelera de Casa Andina en la Ciudad de Puno?
- ¿Cómo es la percepción que tiene el hotel por parte de la gerencia en lo referente a sus acciones de responsabilidad social como son los valores y coherencia, público interno, proveedores, consumidores, comunidad y medio ambiente?
- ¿En qué medida se debería elaborar los fundamentos teóricos sobre la responsabilidad social empresarial?
- ¿Cómo proponer estrategias de mejora que permita hacer seguimiento a los índices de responsabilidad social en la organización hotelera?



### **1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. Hipótesis general**

Si se Identifica y evalúa los índices de la Responsabilidad Social que ha desarrollado estratégicamente la Cadena Hotelera de cuatro estrellas Casa Andina facilitará el desarrollo de beneficios con los stakeholders y el entorno en la ciudad de Puno.

#### **1.3.2. Hipótesis específicas**

- Al Identificar el estado actual de las acciones de Responsabilidad Social que ha realizado de la Cadena Hotelera de Casa Andina en la Ciudad de Puno permitirá la propuesta de estrategias con aceptación.
- Al Identificar la percepción que tiene el hotel por parte de la gerencia en lo referente a sus acciones de responsabilidad social facilitará determinar los valores y la ética del público interno, proveedores, consumidores, comunidad y medio ambiente regularmente.
- Si se determinan los fundamentos teóricos sobre la responsabilidad social empresarial coadyuvará un trabajo conjunto con los stakeholders de forma regular.
- Proponer estrategias de mejora que permita hacer seguimiento a los índices de responsabilidad social en la organización hotelera.



## **1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO**

El trabajo de investigación es importante porque contribuirá a que las empresas hoteleras perciban el valor de sus prácticas corporativas socialmente responsables y reconozca su impacto positivo en el desempeño, imagen y sustentabilidad de su negocio en el largo plazo. Este proyecto dará un conocimiento integral sobre la organización hotelera cinco y cuatro estrellas en el aspecto de su responsabilidad social y al finalizar se convertiría en un estudio de caso para fortalecer el Macro Proyecto de investigación, denominado Responsabilidad Social Empresarial en los Hoteles Cuatro Estrellas de la cadena hotelera Casa Andina en la ciudad de Puno.

Desde un punto de vista teórico, esta investigación genera análisis y discusión de temas relacionados con la calidad de responsabilidad con la sociedad que brindan las industrias hoteleras. La universidad como parte de su formación como profesionales integrales busca crear e incentivar en los estudiantes un espíritu investigador, en este caso con el proyecto denominado, Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la cadena hotelera Casa Andina con el fin de servir como una herramienta para las empresas que utilizan el logro de la responsabilidad social y su relación con los stakeholders.

## **1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1. Objetivo general**

Identificar y evaluar los criterios de Responsabilidad Social que ha desarrollado estratégicamente la Cadena Hotelera de cuatro estrellas Casa Andina al desarrollo de beneficios en su entorno en la ciudad de Puno.



### 1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar el estado actual de las acciones de Responsabilidad Social que ha realizado de la Cadena Hotelera de Casa Andina en la Ciudad de Puno.
- Identificar la percepción que tiene el hotel por parte de la gerencia en lo referente a sus acciones de responsabilidad social como son los valores y coherencia, público interno, proveedores, consumidores, comunidad y medio ambiente.
- Elaborar los fundamentos teóricos sobre la responsabilidad social empresarial en la cadena hotelera.
- Proponer estrategias de mejora que permita hacer seguimiento a los índices de responsabilidad social en la organización hotelera.



## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 2.1. ANTECEDENTES

##### 2.1.1. A nivel internacional

Cuadrado y Fernández (2011) “*la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero: Revisión de la literatura científica*”, los autores exponen que el sector hotelero, el cual es pilar del sector turístico, para llevar cabo sus actividades emplean una variedad de recursos. El sector hotelero, uno de los pilares básicos del sector turístico, emplea en el desarrollo de su actividad una amplia variedad de recursos. Dada la importancia actual de la Responsabilidad Social, tanto para las empresas como para los clientes y grupos de presión, la aplicación de políticas en este campo constituye un elemento estratégico clave en la gestión empresarial. Tanto es así, que la utilización responsable de los recursos contribuye al desarrollo de ventajas competitivas para las empresas que las implementan. Por estas razones, este trabajo tiene por objetivo conocer el estado actual de las investigaciones sobre la Responsabilidad Social Empresarial aplicada al sector hotelero, fomentando la discusión al respecto.

Peña y Serra (2012) la investigación pionera en la materia en el contexto geográfico de actuación, fue aplicada a la empresa turística de alojamiento con mayor trayectoria histórica de la ciudad, cuyo título es: Responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia, por los investigadores. Es evidente el interés que ha generado el estudio de la Responsabilidad Social. Empresarial (RSE) en el mundo académico durante la última década. No obstante, en la literatura científica son escasos los trabajos e investigaciones



sectoriales en el tema y más aún en empresas del sector turístico. Bajo este contexto y con el objetivo de aportar al análisis, discusión y construcción de modelos epistémico-prácticos de RSE en Turismo, se llevó a cabo una investigación aplicada a una empresa del sector hotelero de la ciudad de Santa Marta, Colombia. Se hizo una revisión extensa de la literatura relacionada con las teorías y modelos de gestión de RSE y se aplicó el método del estudio de caso para realizar la investigación empírica respectiva. El estudio muestra como resultados un diagnóstico empresarial y una propuesta de mejoramiento en materia de RSE para el establecimiento hotelero. Se concluye que la empresa en estudio se encuentra más cerca de la pro actividad que, de la reactividad legal, ya que comienza a llevar a cabo Prácticas de Responsabilidad Social a las que no está obligada a realizar por ley. De igual manera, aplica un tipo de Responsabilidad Social Táctica y tiene un nivel de Responsabilidad Social Medio al valorarse cuantitativamente con un 3,5 y cualitativamente con un aceptable.

Cardona y Hernández (2011) art. *“La responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los gerentes de los hoteles pymes de la ciudad de Cartagena”* En el resumen deduce sobre El análisis de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) requiere la identificación de los agentes con mayor responsabilidad en la actuación de las organizaciones. Los accionistas o propietarios poseen gran responsabilidad sobre el enfoque ético de la organización, pero son los gerentes quienes determinan el rumbo operativo de la empresa. En sus manos está el ordenar los actos orientados al desarrollo sostenible, al compromiso ambiental y social, y eso los convierte en los principales responsables de las actuaciones, tanto operativas como estrategias, para el desarrollo del objeto social de la empresa y el impacto que ésta genere. Por dicha razón, en el presente artículo se pretende identificar aspectos teóricos sobre la Responsabilidad Social Empresarial y su relación con el papel de la gerencia en la aplicación de estrategias sobre



la RSE. De igual forma, el objetivo de la investigación que lo respalda es comenzar a documentar y analizar el verdadero alcance de la responsabilidad social en la mente y en las acciones de los gerentes y determinar qué tan comprometidos se encuentran estos con dicha tendencia administrativa y empresarial en el marco de la RSE.

Vargas *et al.* (2016) en artículo “Los stakeholders de la industria hotelera: una clasificación a partir de sus intereses ambientales” Esta investigación tiene como fin clasificar a los stakeholders de la industria hotelera que pueden influir en las decisiones organizacionales, en particular, en su responsabilidad ambiental. La clasificación se realiza a partir de los vínculos, los atributos, la preocupación ambiental y la influencia sobre la gestión ambiental de los hoteles. Se utilizó el sistema de Rawlins (2006) y el modelo de atributos y prominencia de Mitchell, Agle y Wood (1997). El estudio posibilita el reconocimiento de los grupos de interés que poseen un alto grado de influencia en materia ambiental, de acuerdo con las características de cada establecimiento hotelero y, una vez establecidos, contribuye a tratar de evitar la ejecución de acciones que puedan agravar la actual crisis ambiental.

### **2.1.2. A nivel Nacional**

Calle, Nina y Torres (2015) tesis titulada “*Análisis de la influencia de la responsabilidad social empresarial y el comportamiento de compra de los consumidores de servicios hoteleros de 3 estrellas de Tacna, año 2015*”. Deduce en su resumen: *El presente trabajo de investigación se realizó con la finalidad de determinar de qué manera influye la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores de servicios hoteleros en la ciudad de Tacna en el año 2015. Así como para conocer los diferentes tipos de Responsabilidad Social Empresarial que adoptan las empresas de servicios hoteleros, conocer la valoración que tiene el consumidor con la*



RSE y determinar los factores que influyen en su decisión de compra... Como resultado de la presente investigación se llegó a la conclusión que existe correlación entre la variable independiente y dependiente. Existe relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento de compra de los consumidores de los servicios hoteleros de tres estrellas de Tacna en el año 2015.

Bracamonte y Ruiz (2016) *tesis* Universidad Privada Antenor Orrego Facultad de Ciencias Económicas E.P. Administración. Titulada “*La responsabilidad social corporativa en la empresa hotelera Sunset bay Colán SCRL y su contribución al desarrollo turístico sostenible en el Distrito de Colán de la Provincia de Paita del Departamento de Piura en el año 2016*” Cuyo resumen incide en que la investigación, se delimito de la siguiente manera; pobladores que vivan en el distrito de Colán, que se encuentren entre las edades de 20 a 39 años y que tengan conocimiento del tema sobre RSC, ya que tienen más análisis para valorar si les es beneficioso o no los programas sociales que realiza la empresa. Al aplicar la formula, esta nos arroja una muestra de 155 pobladores del total; posteriormente al aplicar la encuesta sólo el 63% de la muestra tiene conocimiento del tema y sólo se nos permitió trabajar con los resultados de ellos. Lo que queremos demostrar en este trabajo es como una empresa hotelera socialmente responsable puede llegar a contribuir con el desarrollo turístico sostenible de tal forma que su actuar le conlleve a generar mayor liquidez.

## **2.2.MARCO TEÓRICO**

### **2.2.1. Concepto de la responsabilidad social empresarial (RSE)**

Al hablar de ética es bueno comenzar por su definición Velásquez (2006) lo expresa como “la disciplina que examina los estándares morales personales o los estándares morales de una sociedad”. Es interesante poder examinar este concepto ya que



así puede tenerse un claro entendimiento sobre ella y a la vez diferenciarla de la moral, las cuales son confundidas como sinónimo, pero realmente no lo son. Cuando se habla de disciplina se refiere a una rama del conocimiento que estudia, en este caso, la conducta moral. La ética se pregunta cómo son aplicados los estándares morales a las personas y sociedades y ver si son razonables o no. Ahora, los estándares morales son normas de los tipos de acciones que se cree que son moralmente correctas o incorrectas y que van acompañados de una carga valorativa. Aquí se puede dar una diferencia clara entre ética y moral y para ello se cita a Londoño (2000), el cual dice que la primera es el tratado o estudio sobre la moral y la segunda estudia el conjunto de reglas de comportamiento que establecen la diferencia entre lo bueno y lo malo. Palacios de Torres (2009), al hablar de moral, dice que ella está en concordancia a la suma total del conocimiento adquirido que ha sido apropiado por individuo o sociedad respecto a lo bueno y noble.

Según Guédez (2001) en la globalidad, los individuos y sociedades pueden caer víctimas de diversas formas de dominación, pero a la vez, pueden edificar un ambiente propicio para el crecimiento de la solidaridad y ella a través de la educación ética que ayude a sistematizar los valores que constituirán las formas de relacionarse entre los individuos, las sociedades, las organizaciones y con la naturaleza.

Por otro lado, al existir diferentes culturas, sistemas sociedades, sistemas económicos se vuelve imposible el hablar de una ética de consenso que englobe a todas las sociedades. Sin embargo, Kung (1999) nos habla de que, a pesar de las diferencias, los seres humanos necesitan de un mínimo de consenso ético. Ante ello, es de vital importancia la formación de una ética planetaria para afrontar el mercado mundial, tal como lo expresa Francois (2001) al decir que la humanidad global demanda de seres humanos con nuevos valores que sean comunes a todas las diferentes sociedades existentes y donde se armonicen en el hombre la pasión y la razón. Además, como lo dice



Guédez (2001), es necesario establecer una conexión entre la ética de la persona, la profesional y la empresarial y que entre ellas se condicionen unas con otras. Retomando a Kung (1999) al hablar de consenso ético, da a entender a la formación de estándares éticos fundamentales y que a pesar de las diferencias socio-culturales entre las naciones, éstas sirvan como una base fundamental para la actuación humana y su convivencia social. En la actual etapa global, Toscano (2003) dice que se evidencia un aumento de las desigualdades materiales y esto lo explica al decir que: Mientras una parte de los habitantes del planeta está integrada en el circuito de la globalización (y obtiene beneficios consistentes, incluso rápidos, de esta situación), otro ha sido expulsada de ese circuito, con una consecuente pérdida de poder de adquisición y de niveles reales de vida (p. 45).

No hay duda que la sociedad actual global muchos de los valores y principios de moralidad son dejados de lado en las organizaciones públicas y privadas, creando inseguridad y desconfianza. La responsabilidad social empresarial renueva la concepción de la empresa, otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la mera cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental. El desarrollo sostenible se sitúa como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable, en el que los distintos grupos de interés, stakeholders, son el centro de atención esencial para la gestión (Perdiguero, 1995).

Una de las definiciones más conocidas es la de la Comisión Europea: “la RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”, (libro verde “fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”). Sin embargo, el principal objetivo de la RSE radica, pues, en brindar elementos de



dirección y gestión consistentes para el desarrollo de un modelo de empresa sostenible, que busquen la satisfacción de las necesidades de los diferentes grupos de interés y, por tanto, generar un cambio de mentalidad en lo que se refiere a una gestión socialmente responsable (Reyno, 2007).

Por otra parte, Friedman (1970) señala que la “única” responsabilidad social de los gerentes es aumentar al máximo las utilidades obtenidas por la empresa para sus accionistas, destacando además que el comportamiento socialmente responsable es más propio de las personas que de las organizaciones. Es tal el impacto que tienen los planteamientos de Friedman en relación con el debate acerca de la responsabilidad social, que Carroll (1979) lo identifica como el punto de partida de esta discusión conceptual, especialmente respecto de su capacidad de revolucionar los cimientos de la economía de libre mercado en los EE.UU., mientras que Lee (2008) reconoce sus postulados como la objeción más prominente contra la responsabilidad social (Friedman, 2010).

Es apropiado exponer ahora sobre el hecho de que las sociedades están marcadas por diferentes culturas y que ellas tienen a la vez diferentes estándares morales. En las empresas, muchos administradores han tomado como norma de conducta la teoría del relativismo ético, el cual, en palabras de Velásquez (2006), tal teoría es “donde no existen estándares morales éticos que no sean absolutamente verdaderos y que deban aplicarse a las compañías y a las personas de todas las sociedades”. En esta misma dirección Engelhardt (1995), al referirse a las grandes ciudades contemporáneas y globales, al tener en su seno la conformación de extraños morales o prójimos lejanos; éstas se vuelven un impedimento para los individuos la conformación de una moral que articule la diversidad.



Rodríguez (2003) al hablar de la ética kantiana afirma que “las personas deben ser tratadas como fines y no solamente como medios” (p. 3), esto da a entender lo ético que tiene que ser nuestro trato con nuestros semejantes en los medios organizacionales.

Rodríguez (2003) dice que existen diferentes concepciones éticas asociadas a las empresas, una de ellas son los tradicionalistas, los cuales enfatizan que la razón de ser de la empresa es la generación de utilidades y aquellas cosas que no se ajusten a ellas no son prioritarias. Así lo estipulaba Friedman (1962) al afirma que la “única responsabilidad social empresarial es el uso de sus recursos y la implicación en actividades diseñadas para incrementar sus utilidades siempre que permanezcan en las reglas del juego, es decir, la competencia abierta y libres, sin decepción o fraude” (p. 133). El estipular como objetivo único de la empresa las utilidades nos trae a colación que la misión de tales organizaciones son la rentabilidad y el buen negocio.

Ahora Melendo (1990) critica las expresiones dadas por Friedman al expresar como inadecuada su filosofía economicista, llegando al punto de desfigurar la razón de los negocios Donalson (1982) expresa que se debería de anexar otros objetivos en las organizaciones, como son los aspectos morales.

Existe otro enfoque tripartito sobre la ética en las organizaciones, teniendo como precursor a Whetstone (2000) que toma como referencia los aspectos de la ética utilitarista, que tiene que ver con los actos que tiene un costo-beneficio, pero pasando por la ética kantiana, la cual está fundada en normas, deberes y las virtudes.

Betancur y Naranjo (2009) al hablar de los principios éticos de los negocios, dicen que “una empresa ha de entenderse como una parte de un gran sistema en el que muchas personas, de dentro y de fuera de ella, tienen que ver con lo que esta produce, reciben sus beneficios o sus daños, son favorecidos o perjudicados” (p. 15). En este nuevo paradigma,



el ser humano es visto como una totalidad lo cual hace que la gerencia se alinee a una búsqueda de bienestar y riqueza para todos y de paso, se genere aportes importantes para el entorno social donde la empresa lleva a cabo sus actividades.

Bateman y Scott (citado en Betancur y Naranjo, 2005) plantean elementos que orientan hacia la definición de principios para un enfoque ético en las organizaciones, siendo las principales las que a continuación se nombran:

- La responsabilidad de la empresa cubre a todas las personas que reciben un impacto de su accionar.
- La redistribución de los beneficios deberá tener criterios de justicia y bien común.
- El cumplimiento de las leyes es importante, pero conviene ir más allá.
- Las reglas, aún las no convertidas en leyes, hacen parte del ambiente de los negocios.
- Las empresas hacen parte de conglomerados mayores, lo que implica el apoyo a tratados internacionales.
- Promover el desarrollo sostenible como garantía de cuidado del entorno.
- Se debe evitar todo tipo de operaciones abiertas o sospechosamente ilegales.
- Los clientes, personales o corporativos, merecen un trato digno.
- Los empleados son los insumos más importantes y merecen un trato digno que favorezca la satisfacción de sus expectativas.



- Los inversionistas confían en el buen manejo de sus inversiones y esperan ser retribuidos. -La estabilidad de las relaciones con los proveedores es fruto de un trato digno y justo.
- La generación de un ambiente perfectamente competitivo es garantía de buenos negocios.
- La seriedad y estabilidad de los negocios se refleja en la calidad de vida de las comunidades que viven en el entorno más próximo (p. 16).

Esto permite a la empresa ser de gran impacto en su círculo interno y en su entorno donde desenvuelve su actividad empresarial.

### **2.2.2. Los grupos de interés (Stakeholders)**

Freeman (1984) define los stakeholders como aquellos entes que son afectados o intervienen de manera directa o indirecta en el proceso operativo de la empresa. Este planteamiento es fundamental para el análisis teórico de la RSE, pues permite integrar a los grupos de interés en la acción de toma de decisiones en las organizaciones (Míguez, 2007).

La palabra “stakeholders” se compara al término Shareholder (accionista) mediante una combinación de palabras en el idioma inglés (Weiss, 2003). Este término al parecer fue utilizado inicialmente alrededor de los años cincuenta por Merton, el cual en un comienzo lo empleó en la literatura administrativa en el instituto de investigación de Stanford (Argandoña, 1998).



### **2.2.3. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial**

La Confederación de la Producción y del Comercio y Prohumana (2006) expone seis dimensiones de la RSE las cuales se toman en cuenta para el análisis del hotel objeto de estudio, tales son:

#### **Valores y coherencia**

La dimensión valores y coherencia se refieren a todo el comportamiento ético de una empresa. Esto significa que las empresas establecen un marco ético que orienta su actuar, delimitando cómo deben actuar quienes forman parte de la empresa y cómo será la relación que establecen con los distintos públicos de interés externos, tales como los proveedores, los consumidores, el medioambiente y la comunidad. La gestión ética de una empresa se construye sobre la base de sus valores. A partir de ellos se van configurando las acciones que son aceptadas y no aceptadas por la empresa.

Ejemplos de valores de una empresa son: honestidad, transparencia, confianza, eficiencia, solidaridad. Una forma de establecer cuáles serán los valores de una empresa es reflexionar acerca de qué es lo distintivo de ella y esa distinción convertirla en un valor. Además, es fundamental que ellos se plasmen en acciones concretas, de manera que todos sus miembros sepan cómo aplicarlos.

### **2.2.4. Políticas y procedimientos orientados al desarrollo y mejora en la calidad de vida de los trabajadores de la empresa**

Una empresa que se preocupa de su público interno eleva los niveles de satisfacción de los trabajadores, propicia un mejor clima interno por el fomento de las buenas relaciones laborales e incrementa el compromiso de los empleados con la empresa



porque estos perciben que ocupan un lugar importante en los ámbitos de gestión de la organización (Rivera, 2011).

### **2.2.5. Definición de la ecoeficiencia**

Las crecientes “necesidades” de los seres humanos de las actuales y futuras generaciones, así como las mayores “limitaciones” del ambiente para satisfacerlas, nos obliga a adoptar patrones de producción y consumo eco eficientes, los que deben fortalecerse con políticas públicas firmes y una gestión consecuente con el modelo de desarrollo sostenible. Esta opción obliga a ejecutar un proceso de gestión capaz de lograr la eficiencia en relación a la satisfacción de las necesidades, así como la recuperación y cuidado de nuestro medio ambiente, garantizando las condiciones de vida adecuadas para las presentes y futuras generaciones (Ministerio del Ambiente, 2009).

### **2.2.6. La eco eficiencia en la gestión ambiental local**

Según: Ministerio del Ambiente-Perú (2009) la ecoeficiencia se debiera aplicar en la administración pública, especialmente en los gobiernos locales. La gestión pública se convierte en eco eficiente cuando: actúa, invierte, presta servicios y elabora productos de la mejor calidad posible, con el menor consumo de recursos naturales, generando los menores impactos al ambiente. Promueve, gestiona y controla el desarrollo local y regional, teniendo como objetivo, su aplicación en el quehacer cotidiano de los actores políticos, sociales y económicos en favor del desarrollo.

### **2.2.7. Emplear los recursos naturales con responsabilidad medioambiental**

Según Valera (2009) elegir productos que incorporen el uso más eficiente y menos dañino de los recursos naturales renovables y no renovables. Esto se aplica desde los productos de los principales materiales de construcción hasta los de consumo diario, y



debe considerarse a lo largo de toda cadena de suministro hasta la fuente. Asegurarse de que las adquisiciones y disposiciones de animales, no sólo son sostenibles para el medio ambiente, sino también éticamente aceptables.

### 2.3. MARCO CONCEPTUAL

**Actividad turística.** Según la ley peruana, es la destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo (La Riva).

**Turismo:** la teoría y la práctica de viajar; viajando por placer. A esta primera definición siguieron otras más, las cuales con el tiempo han ido alimentando el concepto de turismo hasta llegar a definiciones más complejas (Gurria).

**Stakeholders.** El término agrupa a los trabajadores, organizaciones sociales, accionistas y proveedores, entre muchos otros actores clave que se ven afectados por las decisiones de una empresa. Generar confianza con estos es fundamental para el desarrollo de una organización (Guioteca, 2011).

**Ética empresarial.** La ética empresarial es una rama dentro de la ética que se encarga especial y excluyentemente de las cuestiones de índole moral que surgen o se plantean a instancias del mundo de los negocios, de las empresas (Definición ABC, 2007).

**Grupos de interés:** Se denomina grupos de interés al conjunto de partes interesadas y/o afectadas por la actividad de una organización. Los grupos de interés pueden ser grupos o personas que representan a cosas o a intereses medioambientales o sociales y que afectan o son afectados, directa o indirectamente, por el desempeño de la actividad de una organización (Gómez, 2012).



**Hotel cinco estrellas.** La expresión cinco estrellas hace referencia a un sistema de clasificación en el cual cinco representa el nivel más alto y cero el más bajo. Este método de categorización, empleado más que nada en el medio hotelero hace referencia al lujoso, confortable y costoso y espectáculos propios del hotel (Significados, 2013).

**Libro verde.** Documento de título “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” editado por la Comisión Europea en julio de 2001 y que supone el fundamento de la doctrina de la RSE para la Unión Europea (Carneiro, 2004).

**Objetivos del milenio:** *En la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas celebrada en la sede de las Naciones Unidas (Nueva York, 2000)*, los jefes de Estado y de Gobierno del mundo firmaron la Declaración del Milenio. En ella asumieron compromisos en materia de paz y seguridad, derechos humanos, protección del entorno y atención especial a la pobreza. Con base en esa Declaración se concertaron los Objetivos de Desarrollo del Milenio, ODM, que incluyen ocho objetivos, 18 metas y más de 40 indicadores que deben hacerse realidad para el 2015 (PNUD, 2015).

**Pacto verde:** El Pacto Verde cooperativo surge como una respuesta del sector a la problemática que afecta al medio ambiente, en el que numerosas empresas manifiestan su compromiso con el planeta y con la realización de actividades orientadas específicamente a proteger los recursos naturales y a propender por el desarrollo sostenible (CONFECOOP, 2008).

**Responsabilidad social empresarial.** La Responsabilidad Social Empresarial es el llevar a cabo negocios basados en principios éticos y apegados a la ley. La empresa y no el empresario, tiene un rol ante la sociedad y su entorno en el cual opera (Centra, 2006).



**Responsabilidad social corporativa.** La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una forma de dirigir las empresas basado en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general (Corporativa, 2004).

**Demanda turística.** Por su parte Boullón (1990) en su libro Planificación del espacio Turístico expone demanda Real como “la cantidad de turistas que hay en un momento dado en un lugar dado y la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en un lugar durante su estadía” (Pág. 33).



## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. UBICACIÓN DEL ESTUDIO

El trabajo de investigación se llevó a cabo en la ciudad de Puno aplicado en la Cadena Hotelera Casa Andina.

Atracciones cercanas al hotel: Catedral de Puno (2,9 mi / 4,6 km), Yavarí (0 mi / 0 km), Mercado Bellavista (2 mi / 3,2 km), Malecón Bahía de los Incas (2 mi / 3,3 km), Puerto de Puno (2,2 mi / 3,6 km).

##### 3.1.1. Ejes de análisis

- La Cadena Hotelera Casa Andina
- Estrategias de la responsabilidad social
- Importancia de los Stakeholders en la responsabilidad social

#### 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO

##### 3.2.1. Población

Para el presente estudio de investigación se desarrolló en la ciudad de Puno, en la Cadena Hotelera Casa Andina.

- El Gerente de la Cadena Hotelera
- Los jefes de cada área del hotel
- Los trabajadores del hotel



### **3.2.2. Cálculo del tamaño de la muestra**

Para calcular el tamaño de la muestra es al censo total de los trabajadores de la Cadena Hotelera Casa Andina Private Collection que es de 46 trabajadores.

### **3.2.3. Unidades de análisis**

Los aspectos de los cuales se obtuvo información se distribuyeron así:

- a) Análisis situacional de la Cadena Hotelera Casa Andina.
- b) Recurso Humano del Hotel
- c) Jefes de cada área del hotel

## **3.3. METODO DE INVESTIGACIÓN**

### **3.3.1. Diseño de la investigación**

Es una Investigación Descriptiva y analítica. Así también se establecieron las fuentes de información Primaria y Secundaria. Las fuentes de información primaria están compuestas por la apreciación del gerente de la cadena hotelera y los trabajadores de las diferentes áreas del hotel con respecto al manejo de la responsabilidad social. La información se obtuvo de forma directa por medio de una encuesta.

Se determinó a través de las fuentes secundarias de información más adecuadas como son libros de Responsabilidad social, empresas responsables, corporaciones, Ecoeficiencia ambiental, medio ambiente, revistas especializadas en turismo ecológico, y otros documentos que facilitaran darle el sustento teórico y metodológico de la investigación.



### 3.3.2. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva básica, con una aplicación hipotética-inductiva-deductiva de carácter analítico y explicativo el cual nos permitió conocer el uso de estrategias del manejo de responsabilidad social y su relación con los grupos de interés stakeholders.

### 3.3.3. Técnicas de investigación

El uso del tipo de técnica en la investigación juega un rol fundamental para la ejecución de la investigación con criterio preciso y concreto, se consideró:

- a) **Técnica documental bibliográfica.** Nos facilitó revisar los documentos de carácter teórico, sobre el tipo de investigación, que será el elemento de sustento en el proceso de desarrollo de la investigación, se consideran revisión física y virtual de textos, revistas, diarios, etc.
- b) **Técnica de la entrevista.** Será utilizado como instrumento de recolección de datos, se aplicarán entrevistas en profundidad y encuestas estructuradas.
- c) **Técnica de la Estadística.** La información obtenida del trabajo de investigación INSITU, fueron sometidos a un tratamiento estadístico, como medio paramétrico de uso cuantificable de precisión y confiabilidad.



### 3.3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

**Tabla 2**

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Identificación bibliográfica	Fichas Bibliográficas, textuales, resúmenes y virtual (web)
Observación	Fichas de observación
Encuestas Estructuradas	Cuestionario
Entrevista en Profundidad	Formato organizado
Visita	INSITU

FUENTE: Elaboración propia.

### 3.3.5. Procedimientos de la investigación

- Revisión y obtención de datos relacionados con el tema.
- Elaboración y Obtención de Información INSITU de la Cadena Hotelera.
- Se aplicó la encuesta al personal del hotel tanto para la entrevista y la encuesta.

### 3.3.6. Procedimientos estadísticos de análisis de datos

Para el análisis de los resultados se utilizó el programa estadístico SPSS; con la aplicación de la estadística descriptiva para una determinación cuantitativa medible del estudio realizado en la Cadena Hotelera Casa Andina Private Collection.

## 3.4. SISTEMA DE VARIABLES - OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

### Variable Independiente

- Cadena hotelera Casa Andina Private Collection,
- Recurso Humano (Público Interno)
- Stakeholders

## Variable Dependiente

- Responsabilidad Social

**Tabla 1**

Operacionalización de variables

<b>Variab</b>			
<b>Independiente</b>	<b>Descripción</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Preguntas Básicas</b>
La Cadena Hotelera Casa Andina	Stakeholders: el término agrupa a los trabajadores, organizaciones sociales, accionistas y proveedores, entre muchos otros actores clave que se ven afectados por las decisiones de una empresa. Generar confianza con estos es fundamental para el desarrollo de una organización como es la cadena hotelera Casa Andina	Cadena hotelera con responsabilidad social	¿Sabe usted qué es la Responsabilidad social?
		Proveedores responsables.  Obtener beneficios por el uso sostenible de las acciones de responsabilidad social	¿Conoce usted quiénes son los beneficiados con un plan de responsabilidad social  ¿En qué medida aplican las acciones de responsabilidad social?  ¿Alguna vez se realizó un evento sobre responsabilidad social?
<b>Dependiente</b>	<b>Descripción</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Preguntas Básicas</b>
Estrategias y acciones de responsabilidad social	La Responsabilidad Social Empresarial es el llevar a cabo negocios basados en principios éticos y apegados a la ley. La empresa y no el empresario, tiene un rol ante la sociedad y su entorno en el cual opera.	Mejorar la calidad de los servicios y productos ofrecidos con relación con los stakeholders  Cultura de responsabilidad social hotel verde  Estrategias y acciones que ayuden implementar estrategias de responsabilidad social.	¿Conoce el significado del término “Responsabilidad social?”  ¿Qué beneficios puede obtener si se maneja acciones de responsabilidad social  ¿La empresa hotelera practica la sostenibilidad de la responsabilidad social?

FUENTE: Elaborado según ficha de resumen.



## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. PUNO DESTINO TURÍSTICO

El departamento de Puno está ubicado en el extremo sur oriental del territorio peruano, entre los 13°00'00", 16° 19'00", 17° 17'30", 14° 42'47" Latitud Sur y los 68° 58', 35'', 68° 48' 46'', 60° 43'48'',71° 06' 46'' Longitud Oeste del Meridiano de Greenwich. Su superficie es de 71999 km<sup>2</sup>, presenta un relieve accidentado, debido a que el sistema geográfico denominado Cordillera de los Andes, la divide en dos unidades geográficas: El Altiplano y la Selva. El altiplano, abarca el 70% de la superficie departamental, se caracteriza por su topografía poco accidentada que está delimitada por las cordilleras oriental y occidental, la región del altiplano comprende 3 subunidades geográficas (*Atlas del departamento de Puno, compilación Flores, 1999, Perú, Pág. 01*).

- **Circunlacustre:** Con altitudes que varían de 3810 a 3900 m.s.n.m. Está influenciado por el Lago Titicaca, conformando un medio ecológico favorable para el desarrollo de la actividad agropecuaria.
- **Intermedia o Altiplano:** Con altitudes que varían de 3900 a 4200 m.s.n.m. Presenta una topografía semi accidentada, con abundancia de pastos naturales que propician la explotación de ganado ovino, vacuno, llamas, alpacas y vicuñas.
- **Cordillerana:** Con altitudes que varían de 4200 a 6000 m.s.n.m, presenta una topografía abrupta e irregular, con bofedales que solo permiten crianza de camélidos sudamericanos, tarucas y suris.



- **La Selva:** Se inicia en los contrafuertes del ramal oriental de la Cordillera de los Andes, desde los 2000 m.s.n.m, hasta el llano amazónico.

## **Clima**

La región del Altiplano es frío y semi-seco. Frío porque se encuentra sobre los 3800 m.s.n.m. Y semi- seco porque tiene dos estaciones bien marcadas, una seca (Abril a Octubre) y una de precipitaciones (Noviembre a Marzo), la temperatura promedio es de 8°C. Variando entre una máxima de 15°C. Y una mínima de 1°C. Los meses más fríos y secos son junio a agosto y la zona circunlacustre del lago Titicaca es la más cálida por efecto termorregulador del Lago. El Clima en la región selva es cálido y húmedo con precipitaciones durante todo el año (*Atlas del departamento de Puno, compilación Flores, 1999, Perú, Pág. 01*). La ciudad de Puno está ubicada a orillas del lago Titicaca a unos 3812 m.s.n.m

## **4.2. PROCESO DE INICIO DE LA CADENA HOTELERA CASA ANDINA PRIVATE COLLECTION**

El desarrollo del turismo como actividad económico social en la década del 2000 juega un rol fundamental en muchos destinos turísticos una de ellas es que se debe de brindar un servicio de alojamiento razón por la cual se crearon muchos hoteles en lugares paisajísticos, ecológicos; es uno de los servicios fundamentales para que el huésped tenga una estadía placentera de descanso después de realizar su desplazamiento en su recorrido en sus visitas programadas (excursiones y circuitos). Casa Andina Private Collection Puno de cuatro estrellas está ubicado en la avenida Sesquicentenario 1970 - Sector Huaje, Puno-Perú, Reseña Histórica de Casa Andina: Según: <http://www.casa-andina.com/sobre-nosotros/> Somos una cadena hotelera peruana fundada en febrero de 2003, enfocada en proporcionar a nuestros huéspedes una experiencia de viaje.



Integramos las particularidades de cada destino donde nos encontramos desde arquitectura, decoración, gastronomía, actividades y música, ofreciendo así a nuestros visitantes una experiencia de viaje única.

Contamos con 3 marcas, con atributos diferentes, considerando las necesidades y preferencias de nuestros viajeros. A lo largo de estos 11 años de exitoso desempeño nos hemos convertido en la cadena hotelera más importante del Perú, tanto en número de hoteles y habitaciones, así como en ingresos anuales. Somos un equipo de aproximadamente 1000 colaboradores que compartimos pasión por el servicio, buena onda y amor por el Perú. Pertenecemos al Grupo INTERCORP, de capitales peruanos, como Interbank, Interseguros, Plaza Vea, Tiendas Peruanas, Vivanda, Cineplanet, y Peruplast, Bombos, entre otras.

**Logros** Mejor cadena hotelera Latinoamericana:

En 2009 Casa Andina fue reconocida por LATA (Latin American Travel Association).

Mejores Empresas para trabajar desde el 2008.

En 2011 Casa Andina obtuvo el cuarto lugar dentro de las empresas con mejor clima laboral en Perú y de las 100 mejores en todo Latinoamérica.

**Certificación HACCP:** HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) – SGS en todos los hoteles de la marca Private Collection.

**Segunda empresa innovadora en Latinoamérica:** Reconocida en una encuesta realizada por la revista América Economía. Casa Andina Private Collection Arequipa, Hotel Nro 1 del destino: Según la prestigiosa revista de viajes National Geographic Traveler, es el hotel N°1 del destino.



## Mejores Hoteles a nivel mundial

Studiosus, el tour operador alemán más importante y uno de los más grandes del mundo nombró a Casa Andina Private Collection Arequipa y Miraflores como unos de los mejores hoteles a nivel mundial con más de 95% de satisfacción.

## Historia

Nuestro primer hotel fue Casa Andina Classic – Miraflores San Antonio que abrió sus puertas en abril de 2003. Luego siguieron hoteles en Cusco y otros destinos del sur de Perú bajo la marca Classic. En el 2004 lanzamos la marca Private Collection con el hotel de Valle Sagrado, Cusco. Desde entonces hemos desarrollado un ritmo de crecimiento explosivo, inaugurando un promedio de 3.5 hoteles ó 200 habitaciones por año. En el 2012 lanzamos la marca Select orientada al segmento corporativo, con un hotel en Miraflores. Actualmente contamos con un portafolio de 23 hoteles bajo las 3 marcas: Private Collection, Select y Classic; distribuidos en las ciudades de Tumbes, Chiclayo, Trujillo, Lima, Chincha, Nazca, Arequipa (y Colca), Cusco (Valle Sagrado y Machu Picchu), Puno y Pucallpa. A lo largo de estos 10 años de exitoso desempeño nos hemos convertido en la cadena hotelera más importante del Perú, tanto en número de hoteles y habitaciones, así como en ingresos anuales.

**Misión:** Creamos experiencias auténticas que van más allá de lo que el viajero espera.

**Visión:** Ser la cadena líder en Latinoamérica gracias a nuestros colaboradores y nuestro compromiso social.

## Valores

- Pasión por lo que hacemos



- Respeto
- Optimismo
- Trabajo en equipo
- Honestidad
- Proactividad
- Innovación

#### **4.3. CARACTERÍSTICA ORGANIZACIONAL DEL HOTEL CASA ANDINA**

El proyecto se inició con dos productos: (i) los hoteles 3 estrellas Casa Andina Classic; y, (ii) los hoteles 4 estrellas Casa Andina Private Collection, dirigidos principalmente al turismo receptivo y localizados en Lima y en todo el circuito turístico del sur. Su última creación son los hoteles Casa Andina Select, los cuales estima estarán operando en todas las principales ciudades del país en los próximos 5 años. Juan Huaranca está convencido que es difícil pensar en sostener un negocio de servicios si es que los colaboradores que forman parte de él no están motivados. Si en una empresa de servicios los colaboradores no trabajan bajo condiciones alentadoras y no se sienten complacidos con lo que hacen, difícilmente van a atender correctamente a sus clientes. No en vano el año pasado Casa Andina ocupó el puesto número 4 en el Perú y el 12 en Latinoamérica, entre las empresas consideradas como “el mejor lugar para trabajar”, según el ranking del Great Place to Work. Si bien el crecimiento del rubro hotelero está en auge, este emprendedor considera que el sector podría verse afectado por el entorno político y económico del país, principalmente por la tardía atención a problemas serios y de alto impacto como la falta de seguridad y el desorden interno. (*MEMORIA CADE*



*EMPRENDEDORES 2012 - Responsable de la edición: Centro de Competitividad y Estudios Estratégicos de IPAE. San Isidro, Lima-Perú. Edit. IPAE CADE Pág. 14)*

#### **4.4. CAPACIDAD INSTALADA DEL HOTEL CASA ANDINA PUNO**

La capacidad instalada de Casa Andina es que cuenta con habitaciones cómodas, de calidad y confort para el descanso del huésped se ofrece 45 habitaciones, por necesidad se pretende ampliar el número de habitaciones para los próximos años. Distribuidas en:

##### **Habitación estándar, habitaciones comunicadas**

- Habitación triple superior
- Habitación superior, 1 cama de matrimonio grande, vista al lago
- Habitación superior, 2 camas matrimoniales, vista al lago
- Habitación superior, 1 cama King size, vista al lago
- Suite, 1 cama de matrimonio grande
- Habitación individual, con acceso para silla de ruedas
- Habitación, 1 cama individual, habitaciones comunicadas
- Habitación superior con 2 camas individuales
- Habitación superior con 2 camas individuales, vista al lago
- Habitación superior, 2 camas matrimoniales

**Niños.** El establecimiento ofrece hospedaje gratuito a un niño (de hasta 10 años), siempre que ocupe la misma habitación que sus padres o tutores, y utilice las camas existentes. Es posible que el niño no tenga acceso al desayuno gratis, de estar incluido.



**Mascotas:** No se aceptan mascotas ni animales de asistencia.

- **INTERNET:** Conexión wifi a internet gratis en las zonas comunes, Conexión a internet wifi en las habitaciones

### **Servicios principales**

- 45 habitaciones para no fumadores
- Restaurante y bar o salón tipo lounge
- Servicio de traslado al aeropuerto
- Terraza/galería
- Recepción disponible las 24 horas
- Sala de computadoras
- lobby con chimenea
- Caja de seguridad en la recepción
- Cajero automático o servicios bancarios
- Servicio de tintorería
- Periódicos gratuitos en el lobby
- Resguardo de equipaje

#### **4.5. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE CASA ANDINA**

La cadena hotelera Casa Andina Private Collection realiza y participa en una serie de actividades y acciones en favor de la Responsabilidad Social ,como una organización empresarial que trabaja corporativamente y da un valor ético y a los trabajadores y los



jefes de cada área de Casa Andina logrando el empoderamiento organizacional donde se practica el clima laboral cuya práctica le facilito lograr premios meritorios como es que en el año 2011 Casa Andina obtuvo el cuarto lugar dentro de las empresas con mejor clima laboral en Perú y de las 100 mejores en todo Latinoamérica.

**Las acciones de responsabilidad social que desarrollo Casa Andina se detallan a continuación.** Llevamos calor a los andes, <http://www.casa-andina.com/responsabilidad-social/>

**HOSEG ES UNA START UP COMPANY,** Creada por los hermanos Snak, basada en la premisa de: “tenemos que ayudar”, Tres hermanos peruanos, adictos a los outdoors, deciden combinar conocimiento y pasión. Con sus raíces húngaras y una educación basada en la importancia de compartir, coexistir y siempre hacer el bien, nace en el 2013, höség. Vulnerables ante el inclemente frío, se les ocurrió crear una línea innovadora de casacas, cálidas y de alta calidad. Por la venta de esta casaca, se entregará una a los niños necesitados de los andes peruanos. “Höség nace para ayudar”. Fomentando siempre una cultura y un movimiento que sea sostenible en el tiempo y constantemente innovador. Comprendiendo la realidad que viven muchas personas en las zonas más frías del país, emprendimos nuestro proyecto de Responsabilidad Social. Decidimos sumarnos a Höség, confeccionando juntos 1000 casacas de alta calidad para abrigar a 1000 niños de las diversas zonas alto andinas. En una primera etapa implementamos la entrega de 500 casacas en comunidades de Cusco y en el mes de mayo 2016 entregaremos 500 casacas más en comunidades de Puno.

### **Perú Champs**

Perú Champs es una organización sin fines de lucro que da becas escolares a niños con alto potencial y de familiar de bajos recursos. Con la ayuda de Casa Andina,



potenciamos la vida de miles de niños. Ayudamos a los niños bajo la modalidad de donaciones por parte de nuestros huéspedes. 5\$ – 10\$ -25\$ contribuyen a un día de educación de calidad internacional. En el caso de Casa Andina nuestro Champ fue Andrés Sillo, un joven con mucho interés en la cocina y temas de servicio, al cual apoyamos en sus estudios 2014 -2015 y este año formó parte de un riguroso proceso de evaluación para conseguir una beca completa en una renombrada universidad. Debido a su constante esfuerzo y buen rendimiento académico Andrés consiguió la beca para poder estudiar en dicha universidad. Es muy grato para nosotros ver el esfuerzo de Andrés reflejado en el cumplimiento de sus metas (<http://www.casa-andina.com/responsabilidad-social/>).

## **Plan de responsabilidad social como grupo Cooperativo de la Cadena Hotelera Casa Andina Private Collection**

### **Diagnóstico situacional de Casa Andina Private Collection hotel**

**Casa Andina.** Es una cadena de hoteles peruana perteneciente al Grupo **INTERCORP**, conformadas por capitales netamente peruanos. De capitales peruanos, como Interbank, Interseguros, Plaza Vea, Tiendas Peruanas, Vivanda, Cineplanet, y Peruplast, Bombos. Además de los hoteles, opera también el *Restaurante Alma, Cocina Viva* y el *Café Sama*. Casa Andina ha sido elegida en 2008, 2009 y 2010 dentro del Top 30 de "Great Place to Work"; también ha ganado el premio a la creatividad empresarial 2008 otorgado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, El Comercio, RPP . En 2009 fue reconocida por LATA (Latin American Travel Association) como la mejor Cadena Hotelera en América Latina. Casa Andina es una cadena hotelera peruana. Sus hoteles, inspirados en las particularidades regionales de cada destino, recogen elementos locales presentes en la decoración, la arquitectura, la gastronomía, las actividades, la música y, en general, en toda la experiencia del viaje. Fundada en el año 2003, la empresa



se ha convertido en la cadena hotelera más importante del país en menos de un lustro de operación, tanto en ingresos anuales como en cantidad de hoteles, habitaciones y destinos. Actualmente Casa Andina cuenta con un portafolio de 20 hoteles ubicados en 9 los principales destinos del circuito turístico del Perú. Nuestro primer hotel fue Casa Andina Classic Miraflores San Antonio que abrió sus puertas en abril de 2003. Luego siguieron hoteles en Cusco y otros destinos del sur de Perú bajo la marca Classic. La cadena maneja tres marcas: Classic hoteles comfortable en lugares céntricos; Select perfecta elección para los viajeros modernos, urbanos, y de negocios y Private Collection hoteles espectaculares en lugares espectaculares.

En 2006 se inauguró el hotel Casa Andina Private Collection Isla Suasi. Este hotel se caracteriza por estar ubicado en medio de una isla del **Lago Titicaca**; y funciona al 100% **con energía solar** debido a que no hay conexiones eléctricas que lleguen a la Isla. Actualmente ya no pertenece a la Cadena Casa Andina.

En 2008 se inauguró el primer hotel Casa Andina de 5 estrellas en Lima tras remodelar el abandonado **Hotel Césars** ubicado en el **distrito de Miraflores**.

En el 2004 lanzamos la marca Private Collection con el hotel de Valle Sagrado, Cusco. Desde entonces hemos desarrollado un ritmo de crecimiento explosivo, inaugurando un promedio de 3.5 hoteles o 200 habitaciones por año.

En el 2012 lanzamos la marca Select orientada al segmento corporativo, con un hotel en Miraflores. Actualmente contamos con un portafolio de 23 hoteles bajo las 3 marcas: Private Collection, Select y Classic; distribuidos en las ciudades de Tumbes, Chiclayo, Chachapoyas, Lima, Chincha, Nazca, Arequipa (y Colca), Cusco (y Valle Sagrado). A lo largo de estos 10 años de exitoso desempeño nos hemos convertido en la cadena hotelera más importante del Perú, tanto en número de hoteles y habitaciones, así

como en ingresos anuales. Mejor cadena hotelera Latinoamericana: En 2009 Casa Andina fue reconocida por LATA (Latin American Travel Association). Somos un equipo de aproximadamente 1000 colaboradores que compartimos pasión por el servicio, buena onda y amor por el Perú.

**Su gestión operativa se consolida en tres marcas posicionadas en el mercado turístico a nivel del Perú,** Casa Andina divide sus hoteles según el servicio y ubicación del hotel:

### 1. Casa Andina Private Collection

Hoteles ubicados cerca a los paisajes más importantes del Perú con el fin de expresar el sabor local de la región.

**Tabla 3**

Casa Andina Private Collection

<b>Hotel</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Región o departamento</b>
Casa Andina Private Collection - Cusco	Cuzco	Departamento del Cuzco
Casa Andina Private Collection - Valle Sagrado	Valle Sagrado	Departamento del Cuzco
Casa Andina Private Collection - Miraflores	Lima	Departamento de Lima
Casa Andina Private Collection - Arequipa	Arequipa	Departamento de Arequipa
Casa Andina Private Collection - Puno	Puno	Departamento de Puno
Casa Andina Private Collection - Trujillo	Trujillo	Departamento de La Libertad

FUENTE: Según web de la Cadena Hotelera.

### 2. Casa Andina Select

Hoteles ubicados en el centro de las ciudades y cerca de los principales restaurantes, lugares de negocios, tiendas y atracciones.

**Tabla 4**

## Casa Andina Select

Hotel	Ubicación	Región o departamento
Casa Andina Select - Pucallpa	Pucallpa	Departamento de Ucayali
Casa Andina Select - Tumbes	Zorritos	Departamento de Tumbes
Casa Andina Select - Chiclayo	Chiclayo	Departamento de Lambayeque
Casa Andina Select - Miraflores	Lima	Departamento de Lima

FUENTE: Según web de la Cadena Hotelera.

**3. Casa Andina Classic**

Hoteles ubicados dentro de las ciudades, cerca de las principales atracciones y restaurantes locales.

**Tabla 5**

## Casa Andina Classic

Hotel	Ubicación	Región o departamento
Casa Andina Classic - Machu Picchu	Cuzco	Departamento de Cuzco
Casa Andina Classic - Chincha Sausal	Chincha	Departamento de Ica
Casa Andina Classic - Puno Tikarani	Puno	Departamento de Puno
Casa Andina Classic - Nasca	Nasca	Departamento de Ica
Casa Andina Classic - Cusco Koricancha	Cuzco	Departamento de Cuzco
Casa Andina Classic - Cusco Plaza Catedral	Cuzco	Departamento de Cuzco
Casa Andina Classic - Cusco Plaza	Cuzco	Departamento de Cuzco
Casa Andina Classic - Colca	Colca	Departamento de Arequipa
Casa Andina Classic - Cusco San Blas	Cuzco	Departamento de Cuzco
Casa Andina Classic - Arequipa Jerusalén	Arequipa	Departamento de Arequipa
Casa Andina Classic - Miraflores Centro	Lima	Departamento de Lima
Casa Andina Classic - San Antonio	Lima	Departamento de Lima

FUENTE: Según web de la Cadena Hotelera.



## Logros y reconocimientos de casa andina como responsabilidad social

- Casa Andina ha sido elegida en 2008, 2009, 2010, 2013 y 2014 dentro del Top 30 de "Great Place to Work"
- En el 2008 ganó el premio a la Creatividad Empresarial otorgado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, El Comercio, RPP y Canal N.4
- En 2009 fue reconocida por el Latin American Travel Association (LATA), como la mejor Cadena Hotelera en América Latina.
- Certificación **HACCP** (Hazard Analysis and Critical Control Points) - SGS en todos los hoteles de la marca Private Collection.
- Segunda Empresa Innovadora en Latinoamérica reconocida en una encuesta realizada por la revista América Economía.
- Casa Andina Private Collection Arequipa - Hotel Nro 1 del destino, según la prestigiosa revista de viajes National Geographic Traveler.
- Mejores Hoteles a nivel mundial según Studiosus, el tour operador alemán más importante y unos de los más grandes del mundo, el cual nombró a Casa Andina Private Collection Arequipa y Miraflores como unos de los mejores hoteles a nivel mundial con más de 95% de satisfacción.



## Análisis FODA de Casa Andina Private Collection Hotel

**Tabla 6**

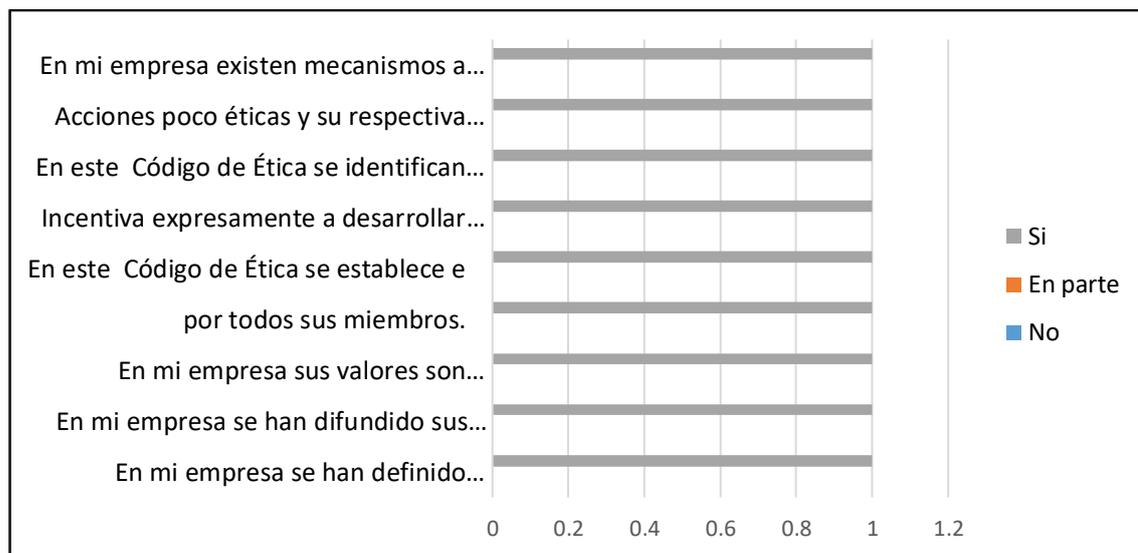
### Análisis FODA de la empresa hotelera

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p>Cuenta con 23 hoteles a nivel nacional.</p> <p>Se diferencia por tener 3 marcas (classic – Privates collection y select), las cuales resaltan por su ubicación e infraestructura.</p> <p>Cuenta con el SISTEMA SAP para saber el tema de presupuesto (gastos e ingresos) y de acuerdo a ello derivar acciones de mejora o cambio en las diferentes áreas del hotel.</p> <p>Constantes capacitaciones al personal que labora dentro de las diferentes áreas.</p> <p>Colaboradores con conocimiento en la atención y prestación de servicios relacionados a turismo.</p> <p>Vocación y potencialidad turística</p> <p>Proveedor suministros de limpieza ECOLAB, características ecológicas que no dañen el medio ambiente</p> <p>Reconocido como una de las mejores empresas para trabajar en el GREAT PLACE TO WORK.</p>	<p>- La falta de habitaciones en temporada alta.</p> <p>- Falta de oferta, en la venta de paquetes turísticos incluidos (hotel y atractivo turístico)</p> <p>-No tienen buzón de sugerencias</p> <p>-Algunos locales de la cadena son alquilados</p> <p>- Coyunturas sociales y políticas en la ciudad de Puno</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>- Casa Andina está posicionado a nivel mundial.</p> <p>- Los clientes pueden hacer sus reservas a través de Internet.</p> <p>- Se ubica muy cerca de los atractivos reconocidos a nivel nacional el cual le da una ventaja y comodidad al viajero en su elección de un destino turístico.</p> <p>- Proyecto de crecimiento Casa Andina X3 (triplicar la cantidad de hoteles que se tiene en la actualidad en el lapso de 3 años).</p> <p>-Comprar terrenos para la expansión de la cadena Casa Andina</p> <p>-Ampliación de la infraestructura de Casa Andina</p>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>- Los conflictos sociales (paros, huelgas, movimientos vecinales, etc).</p> <p>- Desastres naturales (huaycos, inundaciones, etc).</p> <p>- Problemas económicos en otros países.</p> <p>- Variabilidad del cambio del dólar y los euros</p>

FUENTE: Elaborado por la ejecutora según encuesta 2016.

#### 4.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA EJECUTADA A LA GERENCIA DE LA CADENA HOTELERA CASA ANDINA

En entrevista con el Gerente de Casa Andina Puno se pudo analizar los Valores y Coherencia. Considerando para tal fin, códigos de ética, gobierno corporativo, transparencia en los informes contables, Relaciones leales con la competencia y los reportes de sustentabilidad siendo estos los principales resultados.

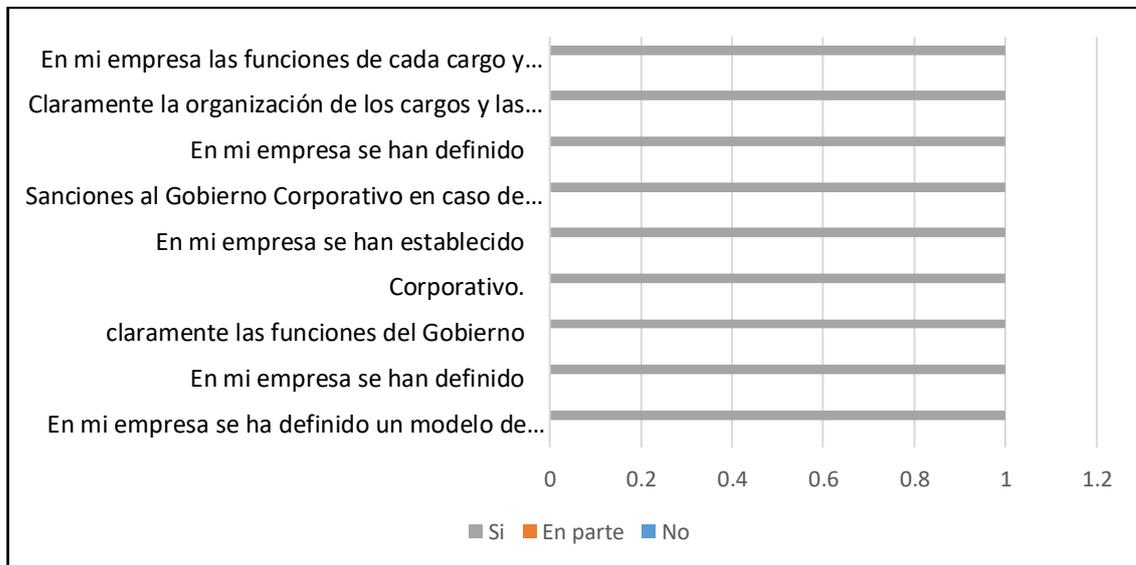


**Figura 1:** Código de ética.

FUENTE: Entrevista en profundidad Gerencia de Cadena hotelera Casa Andina.

La figura 1 señala que La Cadena Hotelera cuenta con un código de ética, porque cuentan con una Guía de Conducta, los valores se dan a conocer en cada reunión que se organiza, y estos son respetadas por los miembros gracias a los jefes de área, se establece e incentiva expresamente a desarrollar formas adecuadas de relacionarse porque siempre se les pide a los colaboradores expresar libremente las opiniones que tengan. Referente a si se identifica en las acciones poco éticas y su respectiva sanción, se realiza una previa conversación y de todas maneras se le emite un informe cómo falta y los mecanismos a través de los cuales los trabajadores acceden al código de éticas se destacan:

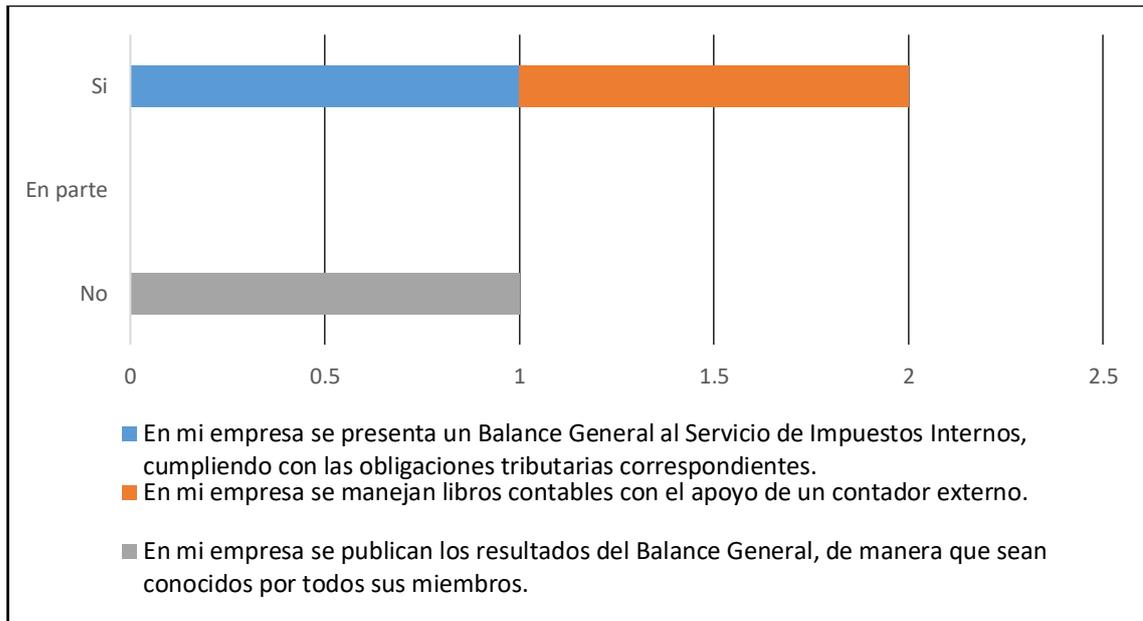
- Código de conducta
- Jefes Directos en cada área
- Gerencia



**Figura 2:** Gobierno corporativo.

FUENTE: Entrevista en profundidad Gerencia de Cadena hotelera Casa Andina.

Según en la figura 2 El modelo de Gobierno Corporativo está definido por la existencia de una Gerencia en cada área, las funciones de gobierno corporativo están definidos por que la persona encargada de una gerencia tiene que tener una carrera a fin. El área de gestión humana es la encargada de sancionar y/o corregir conductas en caso de no cumplir o transgredir sus funciones, Si en un organigrama funcional de cada área y las funciones de cada cargo y la forma como se organizan son conocidas por todos ya que el personal encargado de un alto cargo viaja a los distintos departamentos y son conocidos ahí.

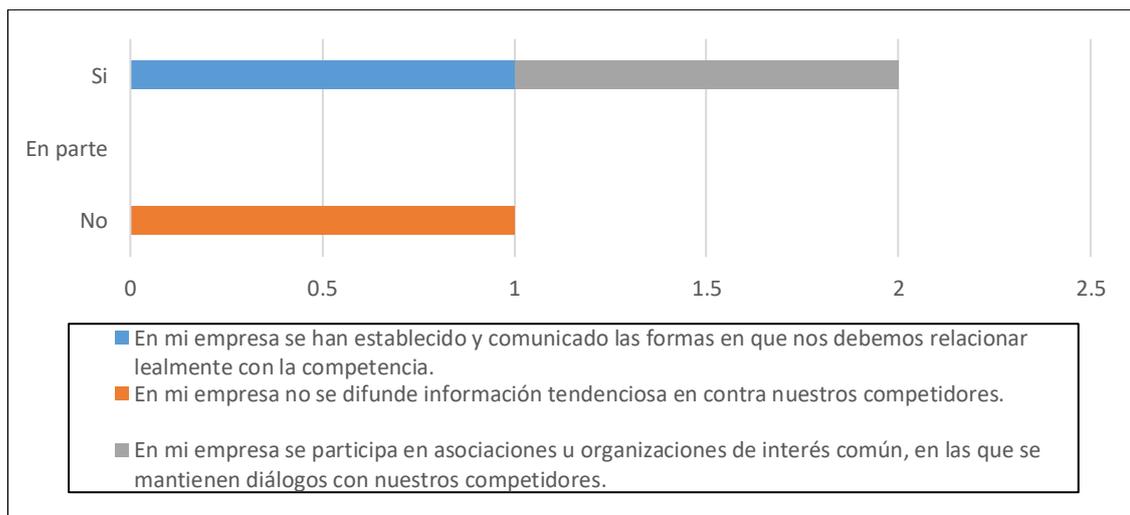


**Figura 3:** Transparencia en los informes contables.

FUENTE: Entrevista en profundidad Gerencia de Cadena hotelera Casa Andina.

Según la figura 3 Las boletas y facturas se envían directamente a Lima donde se realiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias, se maneja libros, así como un sistema contable y contabilidad externa la misma que se encuentra en Lima

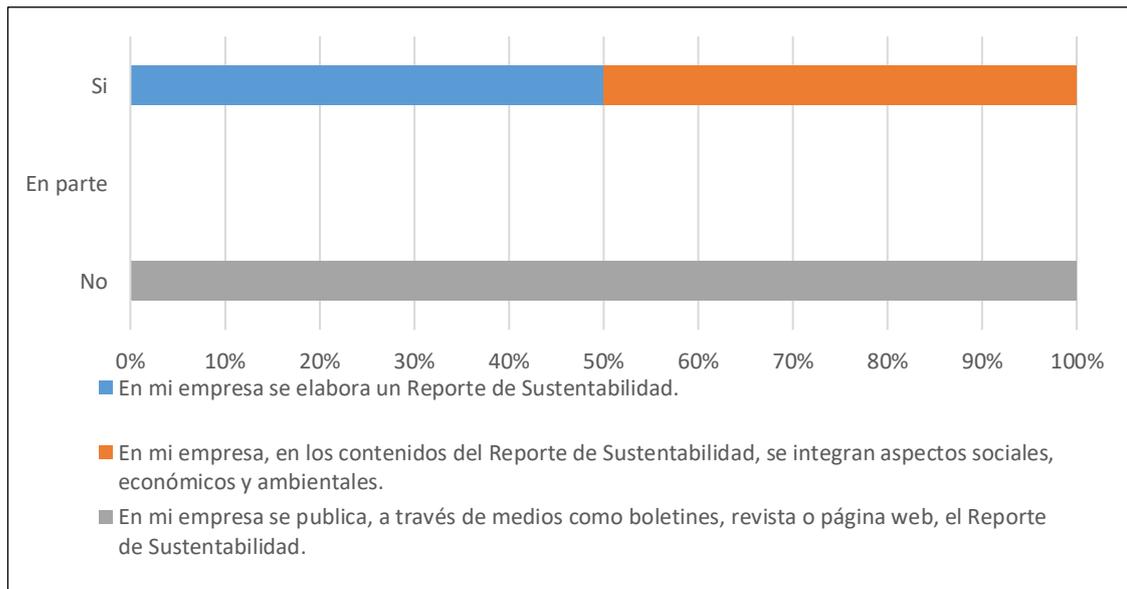
No se publican los resultados del Balance general



**Figura 4:** Relaciones leales con la competencia.

FUENTE: Entrevista en profundidad Gerencia de Cadena hotelera Casa Andina.

Según en la figura 4 Las relaciones con la competencia son estratégicas, ya que se requieren de apoyo en temporadas, no se difunde información tendenciosa en contra de nuestros competidores, Si se participa en asociaciones u organizaciones de interés común, ya que se realizan visitas para la verificación de las instalaciones y el servicio que ofrece el personal.

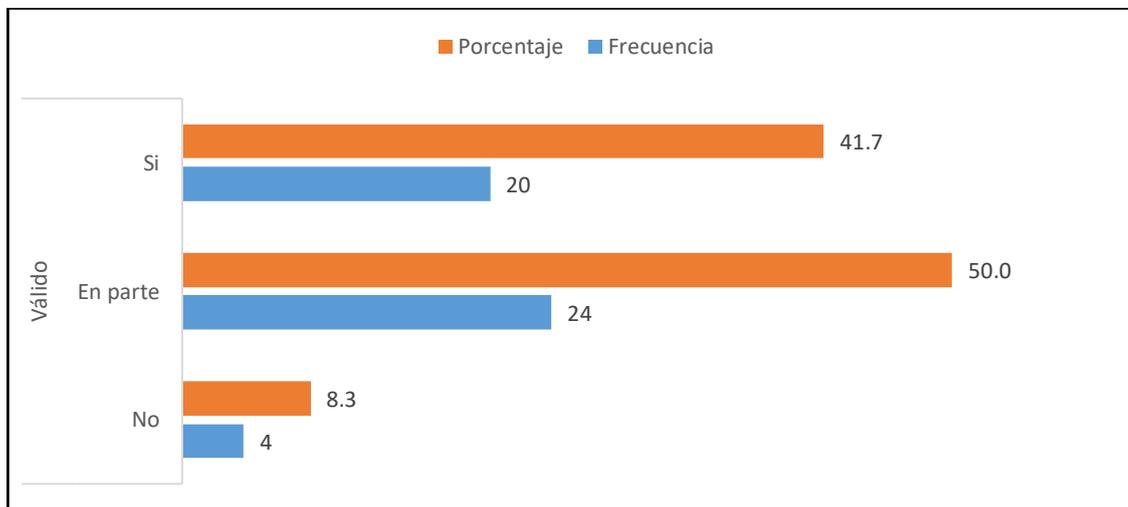


**Figura 5:** Reportes de sustentabilidad.

FUENTE: Entrevista en profundidad Gerencia de Cadena hotelera Casa Andina.

Según en la figura 5 Se elabora un reporte de sustentabilidad a través del objetivo estratégico que es el ebitda 20% y el SAP; No se pública el reporte de sustentabilidad.

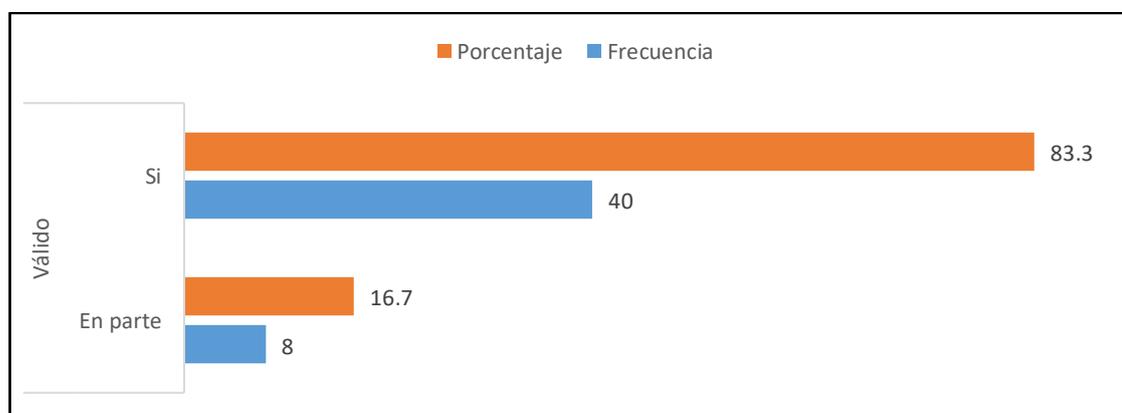
#### 4.7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA EJECUTADA AL PÚBLICO INTERNO O COLABORADORES DE LA CADENA HOTELERA CASA ANDINA



**Figura 6:** Seguridad e Higiene, Identificación de riesgos laborales relacionados con la seguridad de los trabajadores.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

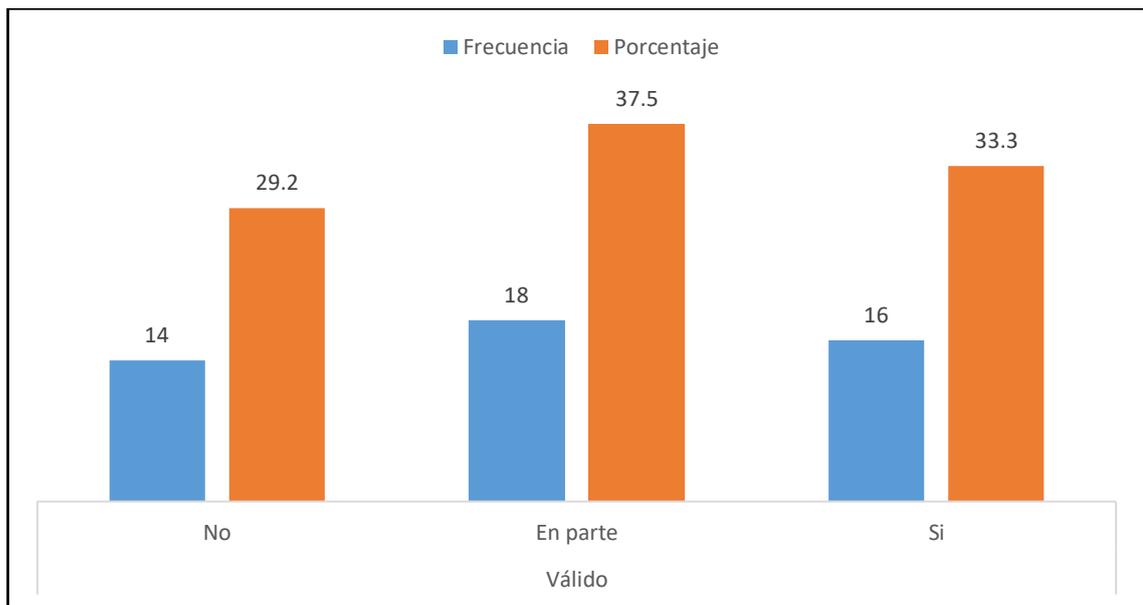
En la figura 6 Deduce sobre la identificación de riesgos laborales relacionadas con la seguridad de los trabajadores de los 48 encuestados como público interno manifiesta en parte identifican los riesgos y seguridad laboral que representa el 50% y el 41% expresan que si identifican los riesgos laborales.



**Figura 7:** Realización de charlas informativas o instancias similares, tendientes a Informar a los trabajadores los riesgos en seguridad de la empresa

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

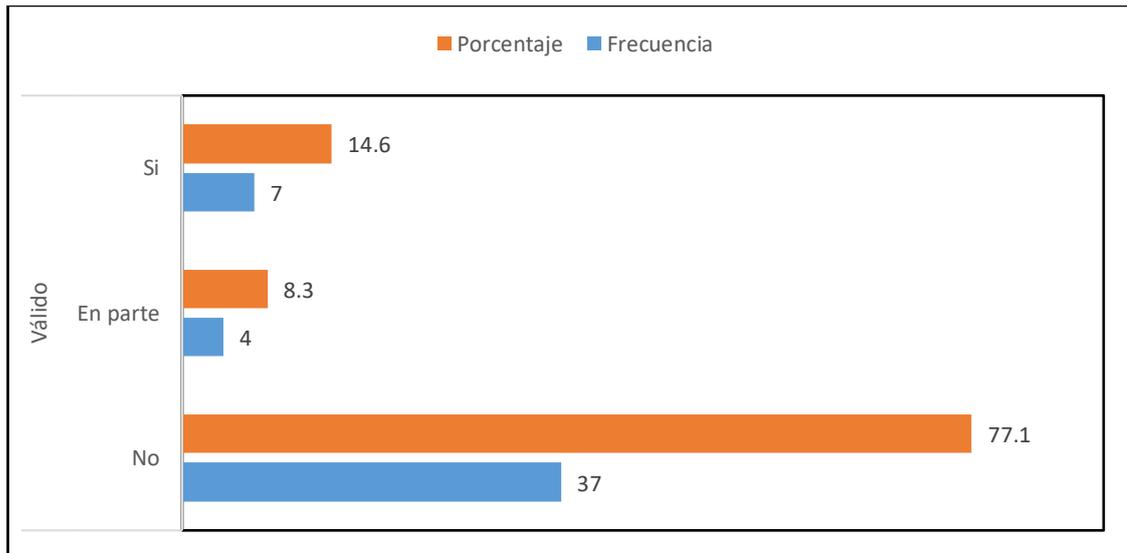
Según la figura 7 se deduce sobre la Realización de charlas informativas o instancias similares, tendientes a informar a los trabajadores los riesgos en seguridad de la empresa, Manifiestan que “SI” el 83.3% del total de encuestados son informados sobre los riesgos de seguridad de la empresa y un 40% también expresan que si conocen la información respectiva para que tengan cuidado sobre los riesgos de seguridad de la empresa.



**Figura 8:** Manual de seguridad e higienes.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

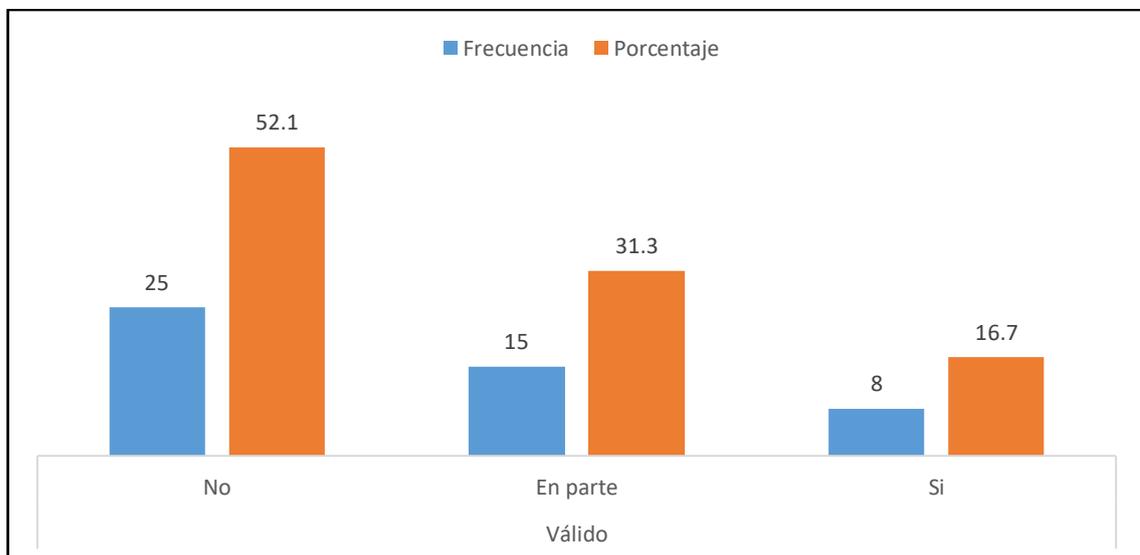
Según la figura 8 Tienen conocimiento del Manual de seguridad e higienes el 37.5% manifiestan “En parte” y el 33.3% expresan que “SI” en lo referente al conocimiento del manual de funciones y la seguridad e higiene que debe practicar el trabajador de la empresa hotelera.



**Figura 9:** Conocimiento de la cantidad de accidentes de trabajo.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

Según la figura 9 El 77.1% manifiestan que durante su trabajo “NO” tienen conocimiento de la cantidad de accidentes de trabajo que haya sucedido en la empresa hotelera, solo un 14.6% de los encuestados deducen que “NO” de 48 trabajadores.



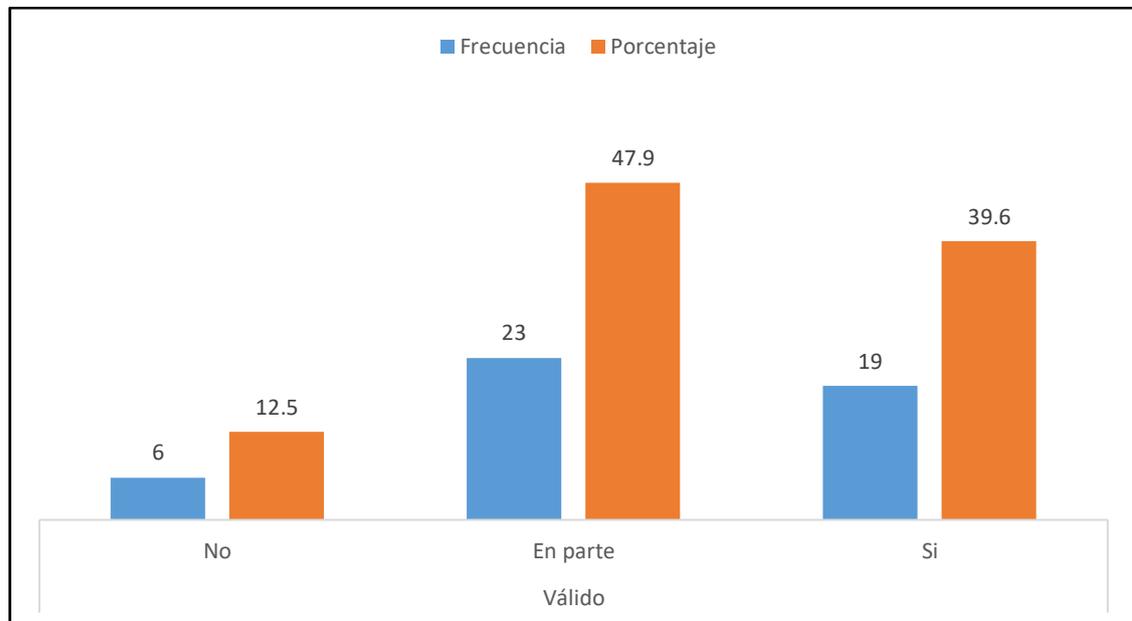
**Figura 10:** Establecimiento de sistemas de reinserción de los trabajadores accidentados.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

Según la deducción de la figura 10 de los 48 encuestados como público interno manifiestan que “NO” se dio en el establecimiento el sistema de reinserción de los

trabajadores accidentados, y expresan el 31.3% “En parte” se da la reinserción de los trabajadores que sufrieron accidentes

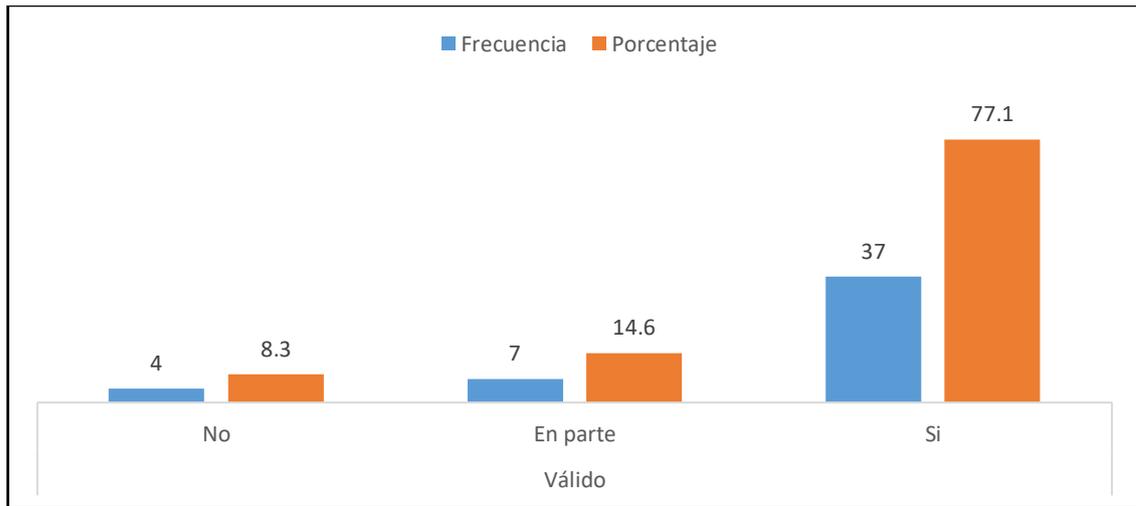
### La Política de beneficios



**Figura 11:** Existencia de una política de beneficios orientada a mejorar la calidad de Vida y bienestar de los trabajadores.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

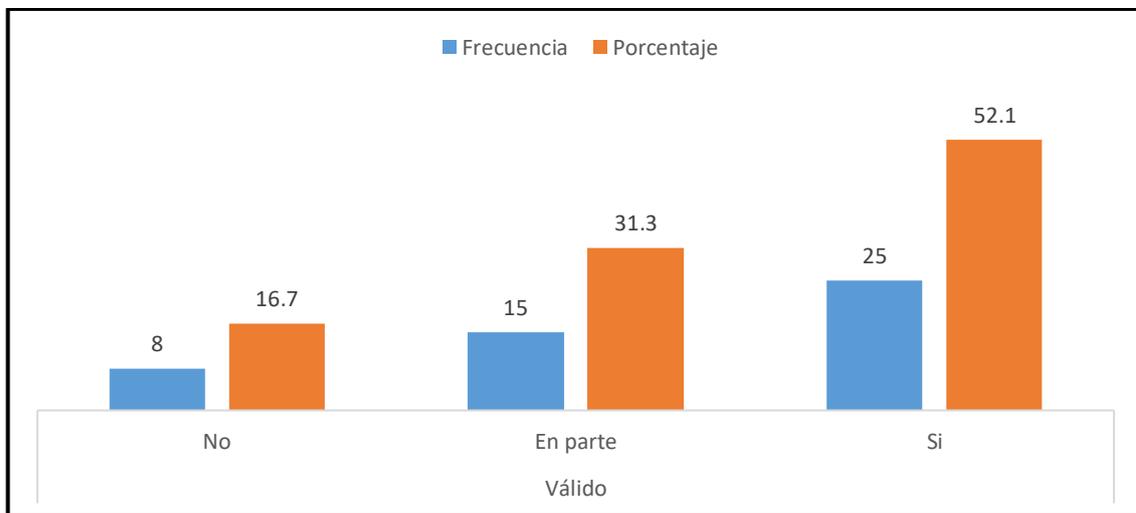
En la figura 11 Deducen que el 49.7% manifiestan que “En parte” existe una política de beneficios orientada a mejorar la calidad de Vida y bienestar de los trabajadores en la empresa hotelera Casa Andina Private Collection y el 39.6% expresan que “SI” existe políticas de trabajo para mantener la dinamicidad y clima laboral en la que se desarrollan los trabajadores.



**Figura 12:** Conocimiento de la política de beneficios por los trabajadores.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

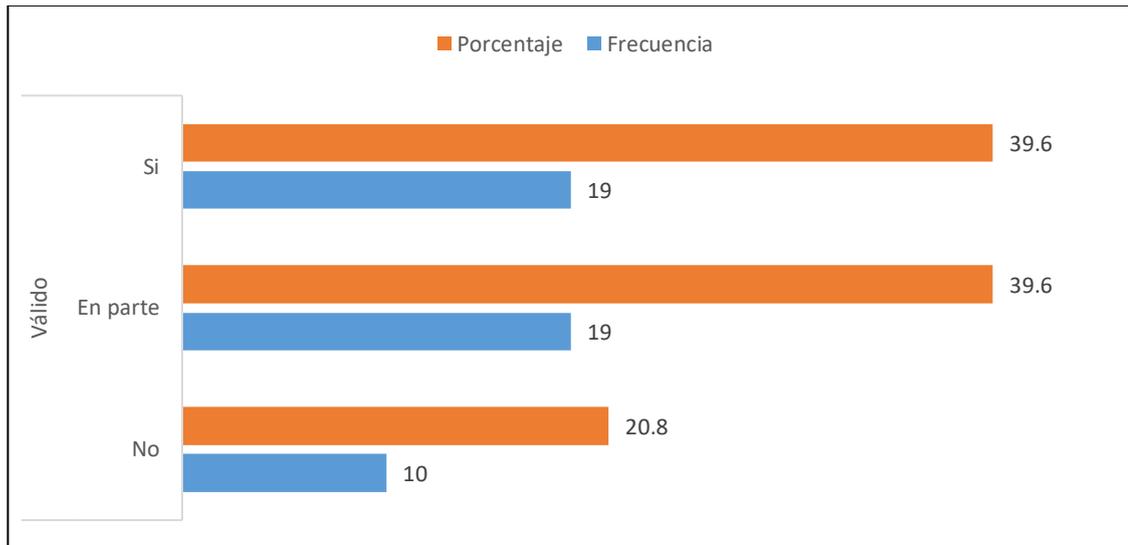
La presente figura 12 deduce que el 77.1% que “SI” tienen Conocimiento de la política de beneficios por los trabajadores que ofrece la empresa hotelera y manifiestan que “En parte” el 14.6% si tienen conocimiento de políticas de beneficios.



**Figura 13:** Consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

Según la figura 13 deducen sobre la consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos expresan que “SI” el 52.1% y dicen “En parte” el 31.3%.

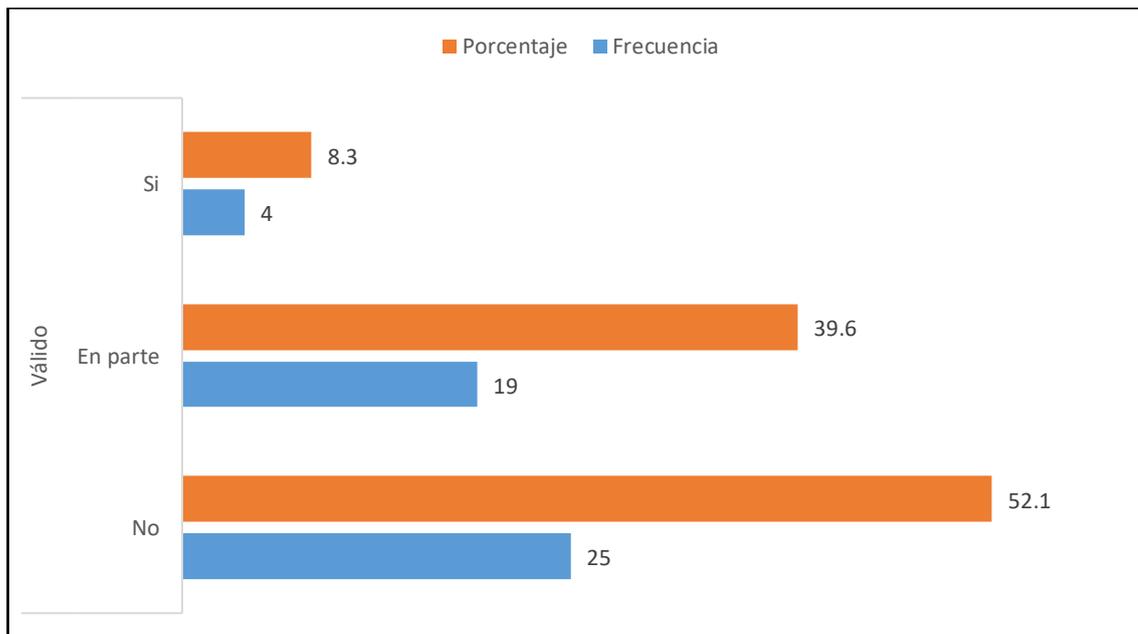


**Figura 14:** Establecimiento de beneficios para los familiares cercanos al trabajador.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

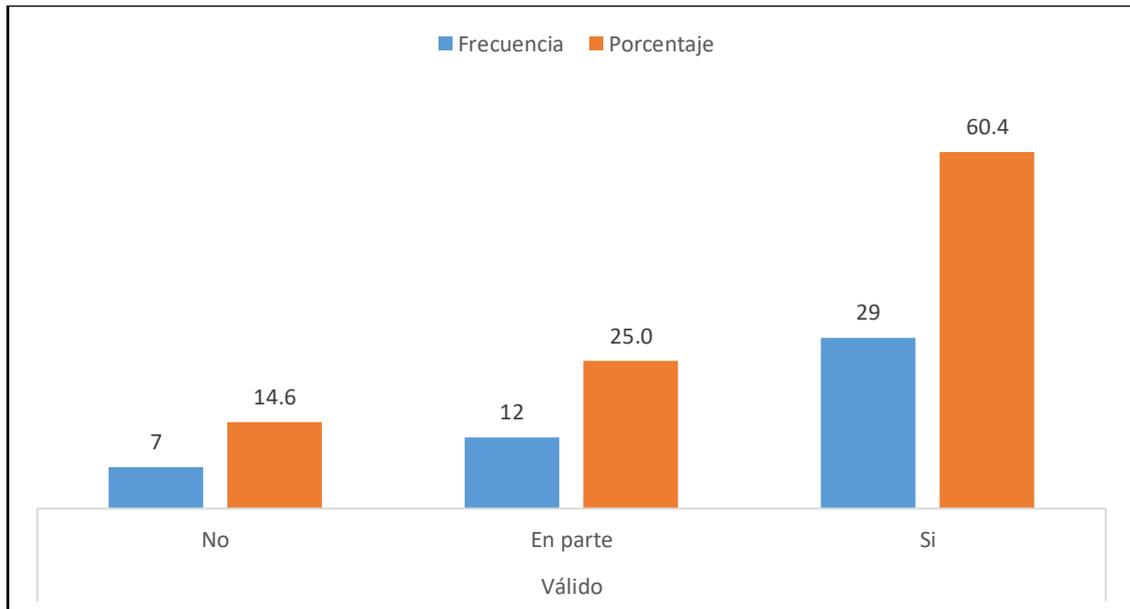
Según la figura 14 se determina que “SI” y “En parte” el Establecimiento hotelero facilita beneficios para los familiares cercanos al trabajador ambos con 39.6% respectivamente.

### Conciliación de vida personal y vida laboral



**Figura 15:** Política de conciliación entre la vida personal y vida laboral.

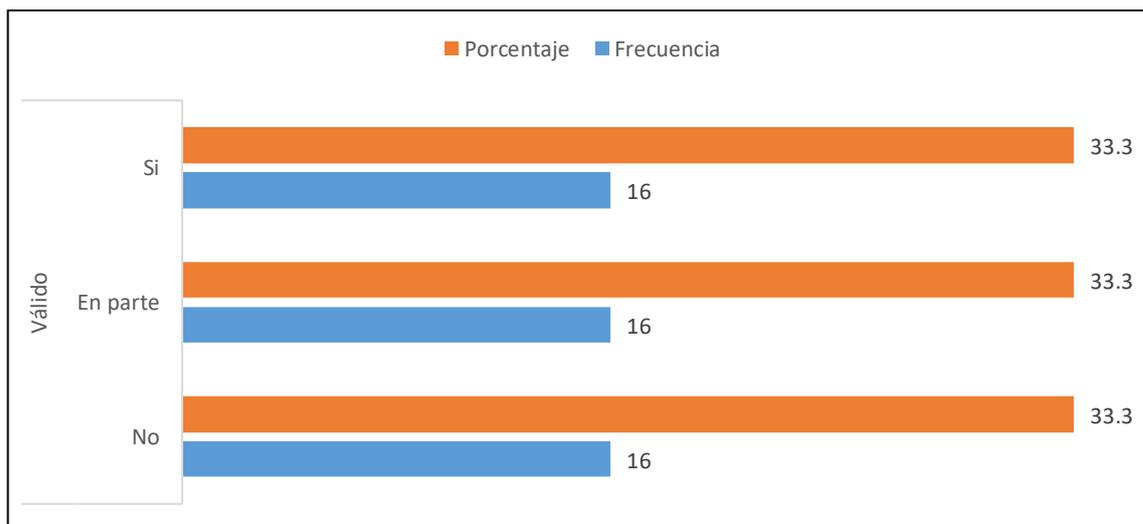
FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.



**Figura 16:** Implementación de la flexibilidad de horarios en casos especiales.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

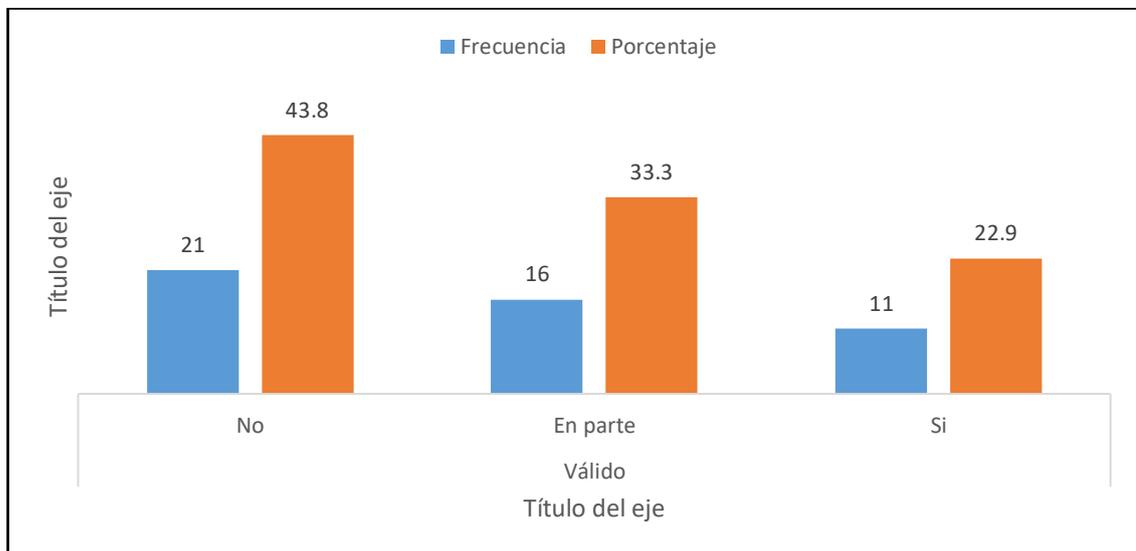
Al analizar los datos determinados en la figura 16 sobre la Implementación de la flexibilidad de horarios en casos especiales los encuestados expresan el 60.4% que “SI” se da la flexibilidad pertinente, mientras que el 25% manifiestan “En parte” sobre la forma del horario de trabajo.



**Figura 17:** Realizan actividades de esparcimiento en la que los trabajadores integran a sus familias.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

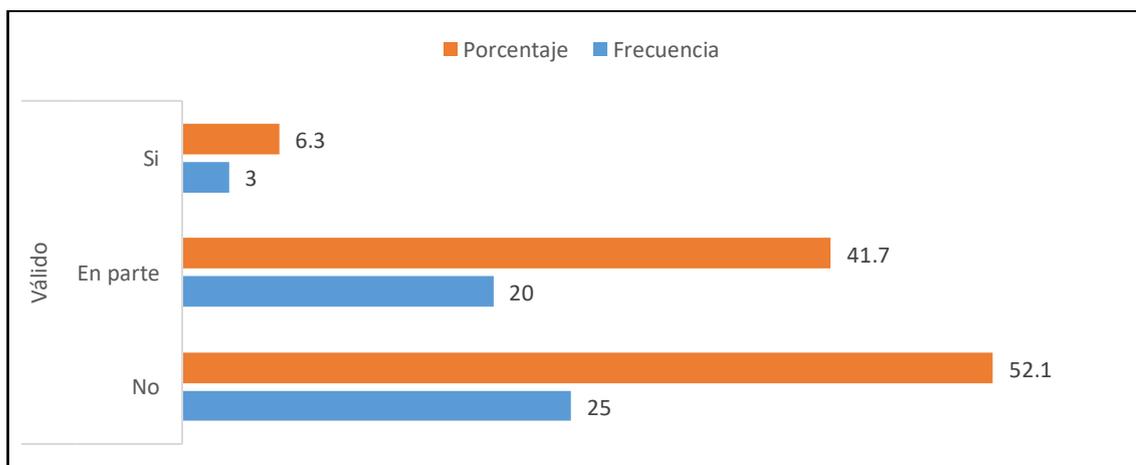
En la presente figura 17 sobre la Realizan actividades de esparcimiento en la que los trabajadores integran a sus familias se deduce lo siguiente que el 33.3% representa en todos los encuestados distribuidos en “SI, En parte y No” se da el empate respectivo.



**Figura 18:** Prácticas acerca de conciliación vida personal y vida familiar.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

Según la figura 18 sobre Prácticas de conciliación vida personal y vida familiar del público interno del hotel manifiestan que 43.8% “NO” se da esa práctica, expresan en “En parte” el 33.3%.



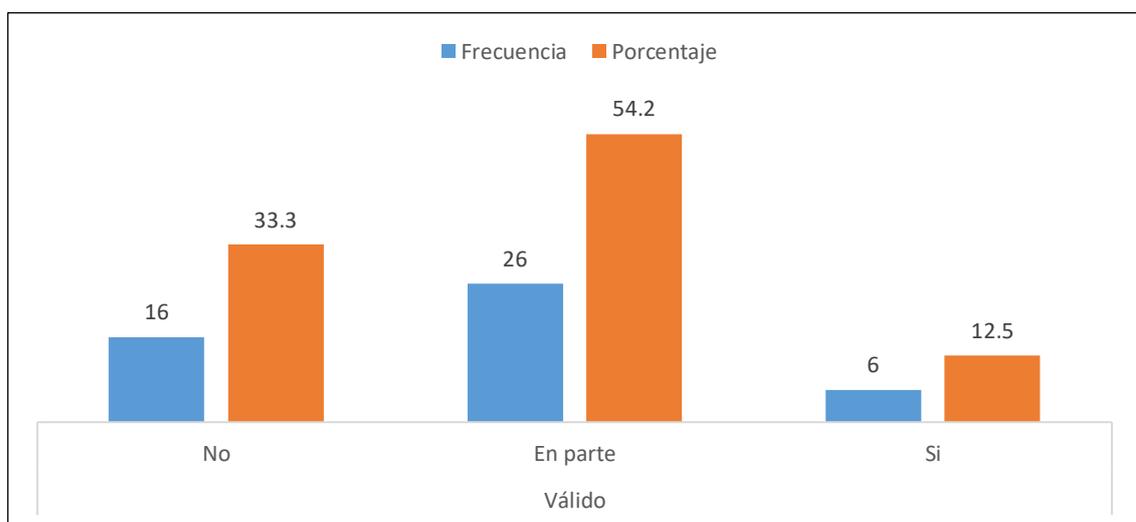
**Figura 19:** Consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos en las prácticas o políticas de conciliación vida familiar y laboral.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

Según la figura 19 expresan el 52.1% que “NO” se da esa consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos en las prácticas o políticas de conciliación vida familiar y laboral y el 41.7 dicen “En parte” se da esa consulta de la vida familiar y laboral.

### Política de previsión

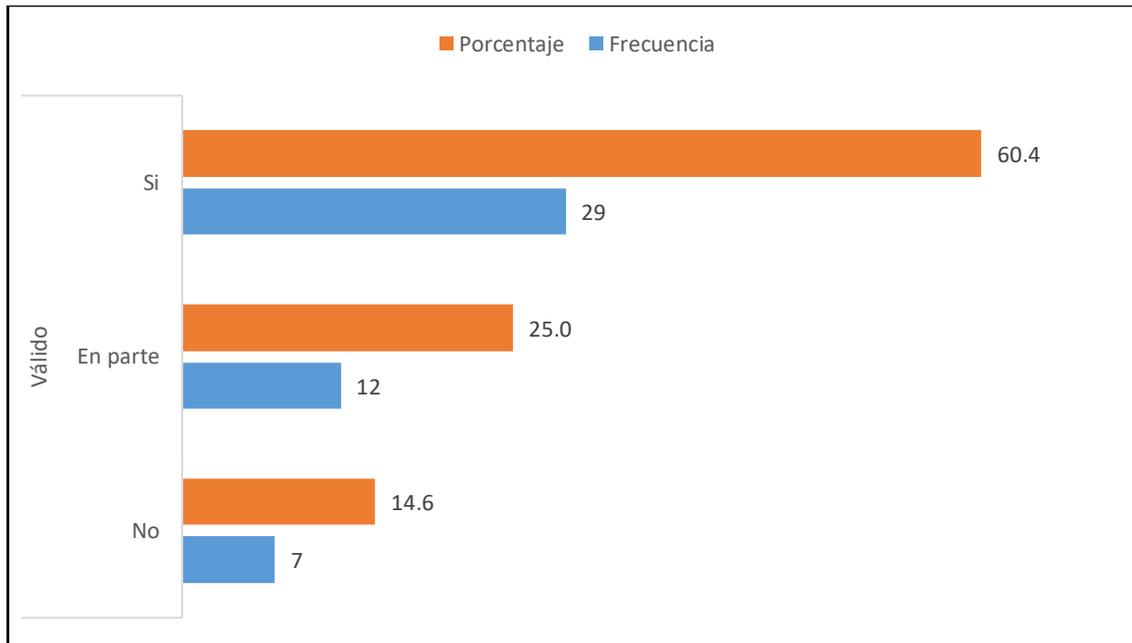
Elaboración de una política de conciliación entre vida personal y vida laboral



**Figura 20:** Política de Previsión.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

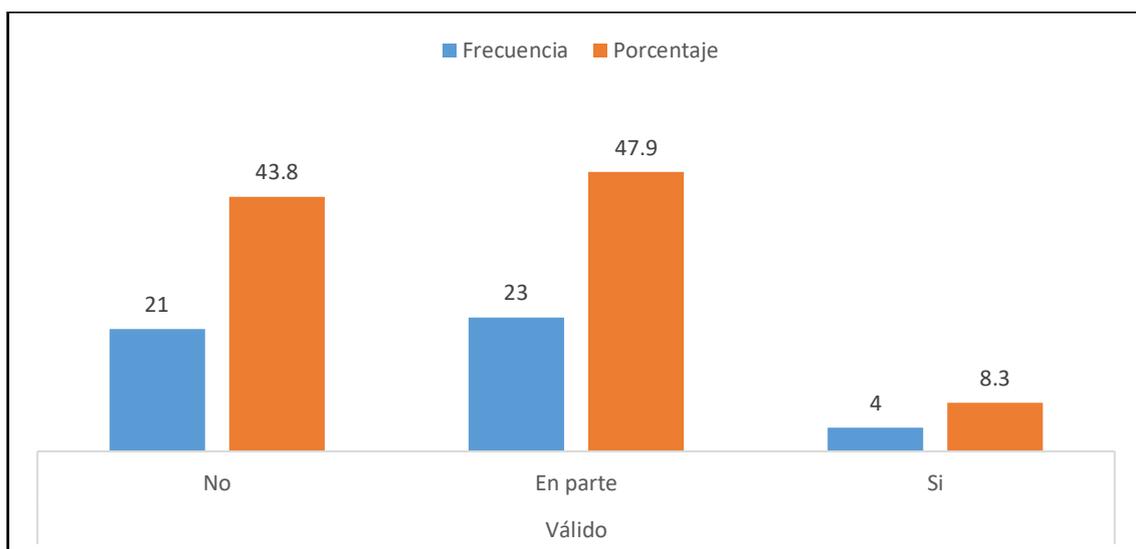
Según en la figura 20 se deduce que el 54.2% “En parte se considera los aspectos de Política de Previsión en la conciliación entre vida personal y vida laboral y el 33.3% manifiestan que “NO” en casos especiales que pudieran incidir en el trabajo hotelero.



**Figura 21:** Implementación de la flexibilidad de horarios en casos especiales.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

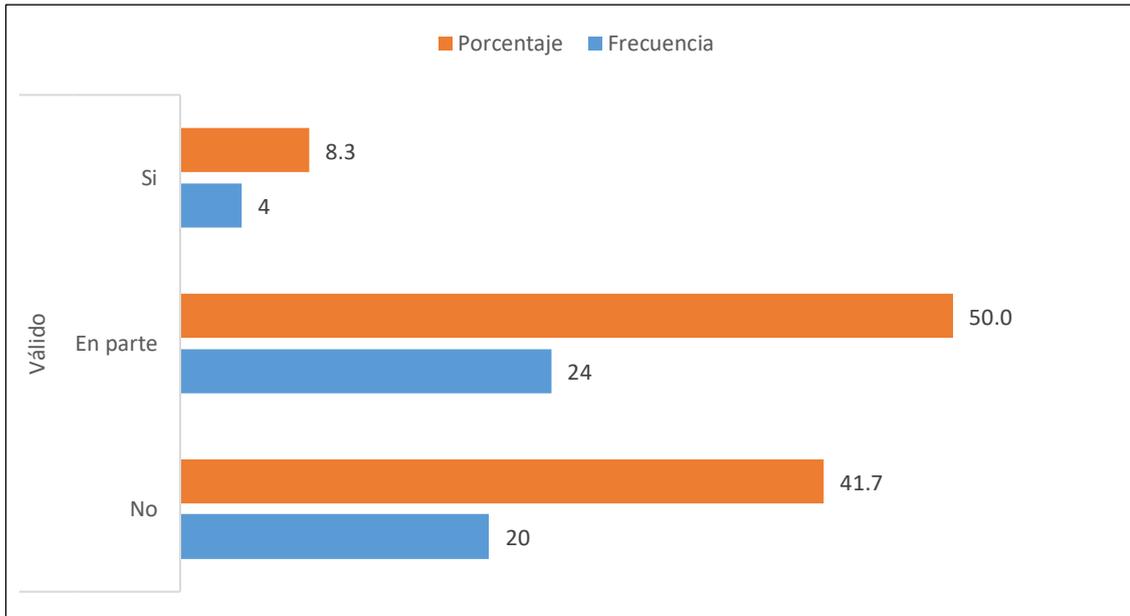
Según la figura 21 expresan el 60.4% que “SI” se da la Implementación de la flexibilidad de horarios en casos especiales que brinda la empresa hotelera. Y el 25% manifiestan “En parte”.



**Figura 22:** Actividades de esparcimiento en las que los trabajadores integran a sus familiares.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

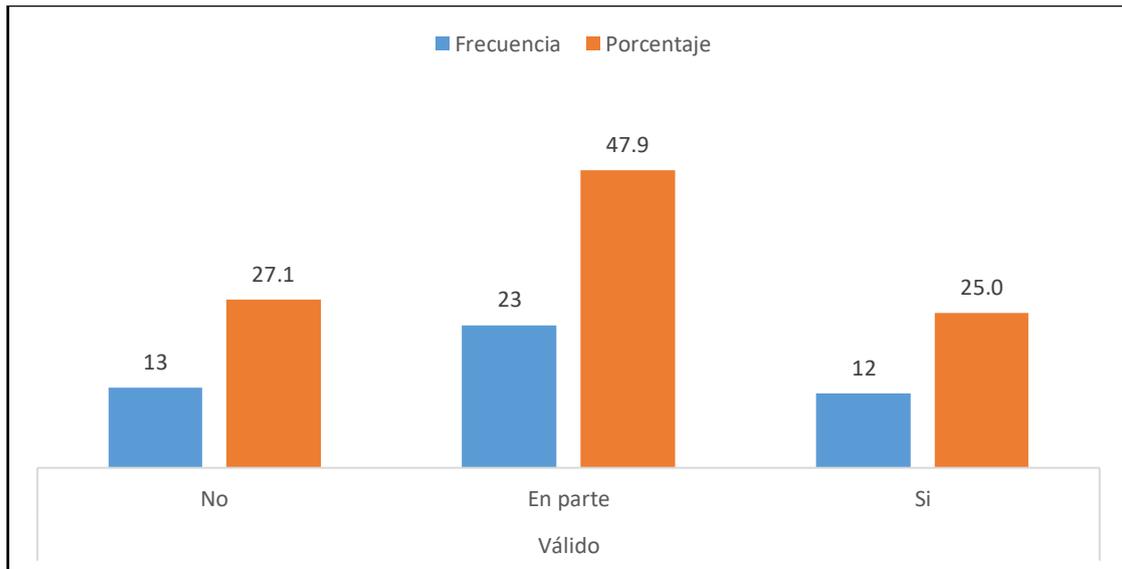
Figura 22 sobre las Actividades de esparcimiento en las que los trabajadores integran a sus Familiares se da “En parte” expresan el 47.9% y mientras el 43.8% dicen que “No” se da esa actividad socializadora para que el trabajo sea íntegro y con responsabilidad social.



**Figura 23:** Conocimiento de las Prácticas acerca de conciliación vida personal y vida familiar.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

En la figura 23 sobre el Conocimiento de las Prácticas acerca de conciliación vida personal y vida familiar el 50% expresa que “En parte” se da este tipo de aspectos; mientras el 41.7% manifiestan que “NO”.

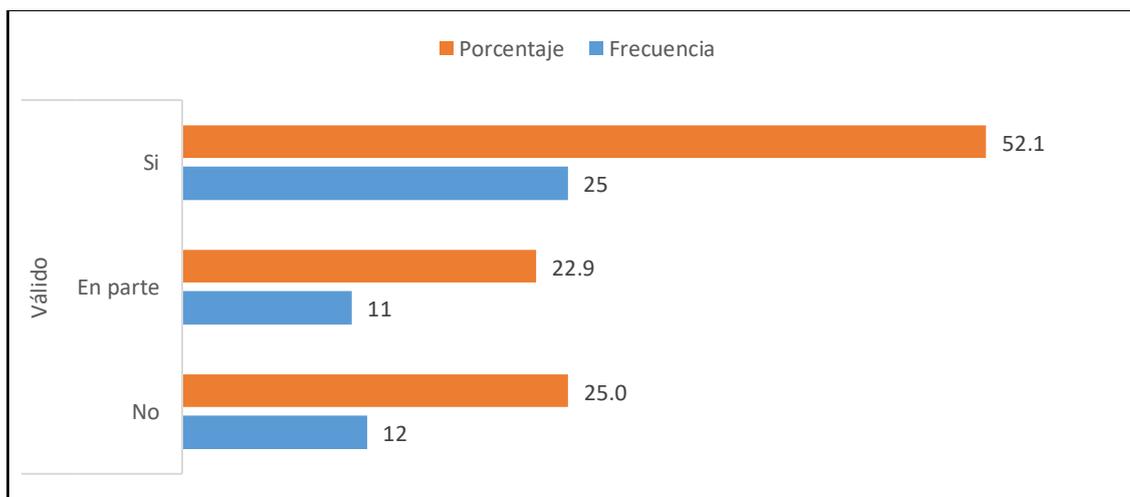


**Figura 24:** Consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos en las prácticas o políticas de conciliación de vida familiar y laboral

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

Figura 24 Sobre este ítem de la Consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos en las prácticas o políticas de conciliación de vida familiar y laboral expresan en “En parte” el 47.9% mientras dicen que “NO” el 27.1% que no conocen consulta alguna.

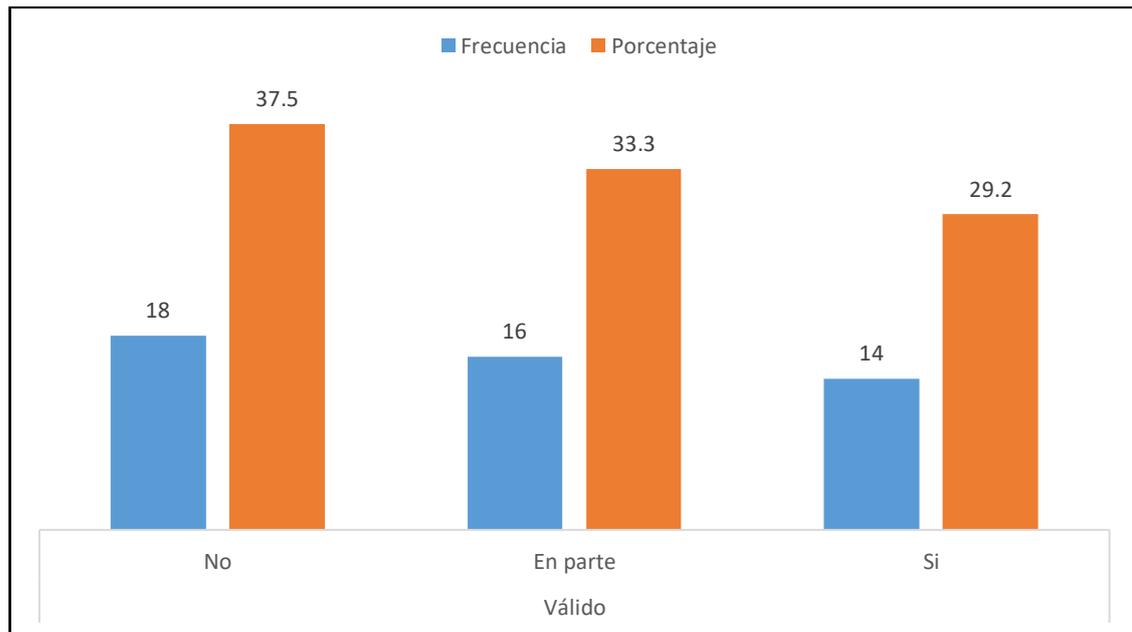
### Política de prevención y sanción del acoso



**Figura 25:** Manual de procedimientos tendientes a prevenir y sancionar situaciones de acoso sexual.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

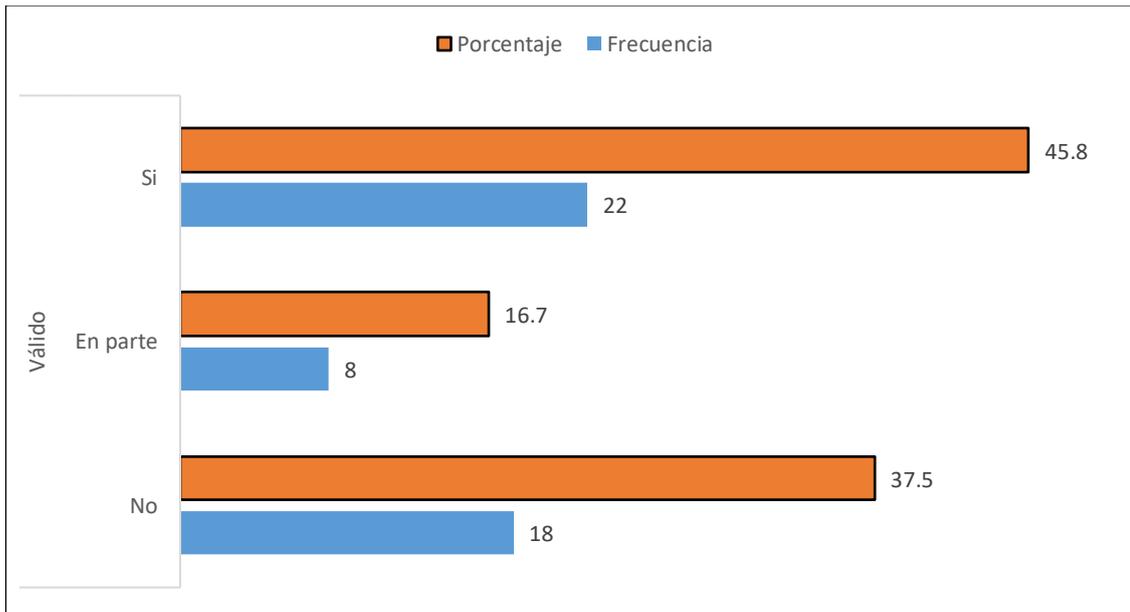
Al realizar el análisis respectivo sobre los datos de la figura 25 si existe un Manual de procedimientos tendientes a prevenir y sancionar situaciones de acoso sexual, que se considera en el código de conducta del hotel, razón por la cual el 52% tiene conocimiento, mientras que el 25% “NO” puede ser el personal nuevo en contrato que aún no le hicieron referencia de estos aspectos.



**Figura 26:** Conocimiento de procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

Figura 26 deduce que “NO” tienen Conocimiento de procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual que representa según encuestados 37.5% y el 33.3% dicen que “En parte” de los procedimientos para prevenir y sancionar el acoso sexual.

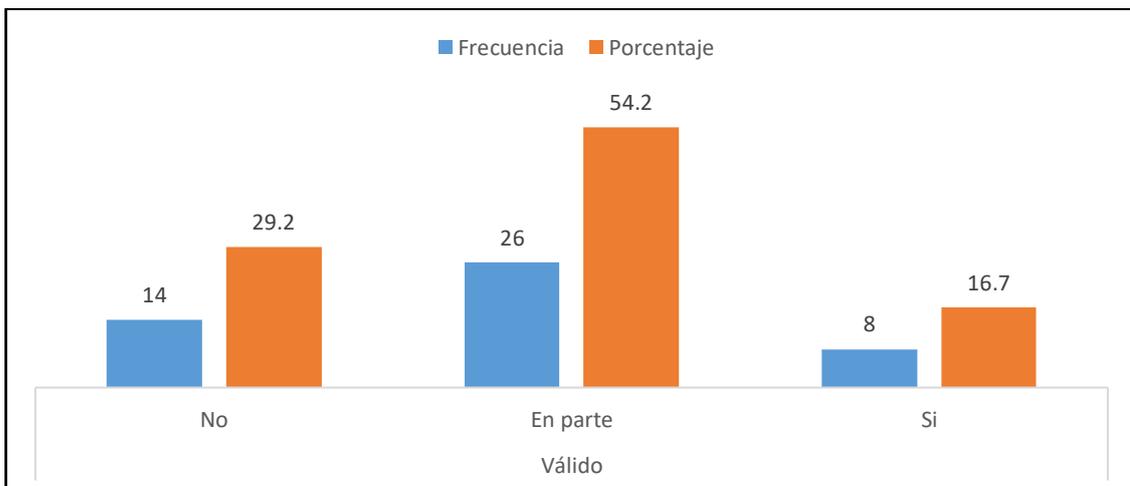


**Figura 27:** Diseño confidencial de los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

Figura 27 Deduce sobre Diseño confidencial de los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual de los 48 encuestados manifiestan que “SI” que numéricamente representa el 45.8% y el 37.5% “NO” tienen conocimiento.

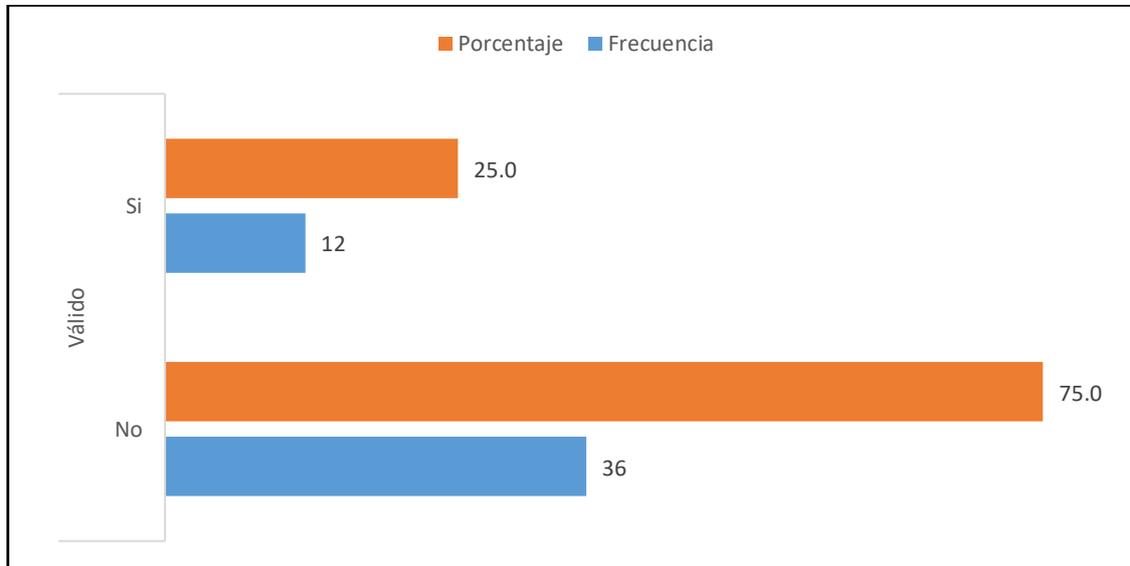
### Política de diversidad



**Figura 28:** Mecanismos orientados a prevenir situaciones de discriminación.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

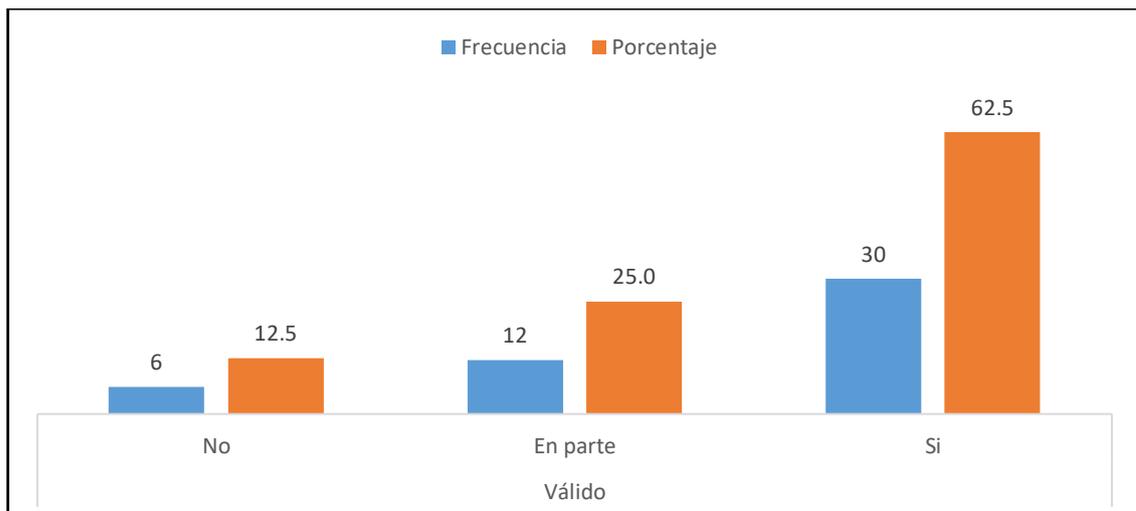
En la figura 28 presenta las deducciones sobre los Mecanismos orientados a prevenir situaciones de discriminación por parte del público interno, en la que el 54.2% expresan en “En parte” y el 29.2% deducen que “NO”.



**Figura 29:** Mecanismos para incluir grupos desfavorecidos o vulnerables.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

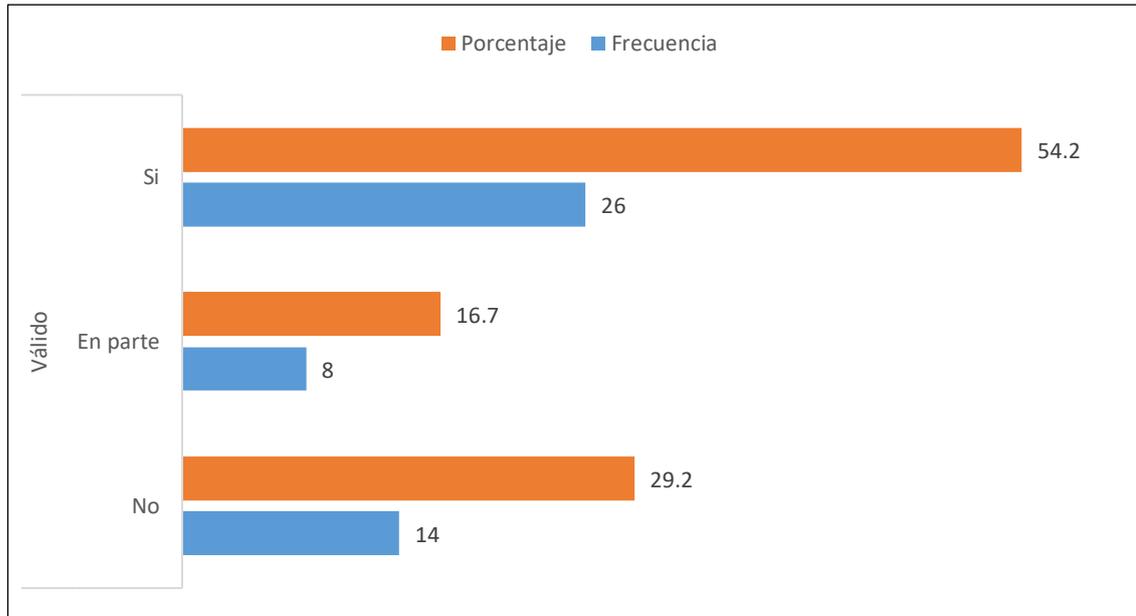
Figura 29 Deduce sobre los Mecanismos para incluir grupos desfavorecidos o vulnerables el 75 % manifiestan que “NO”



**Figura 30:** Conocimiento de procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

Según en la figura 30 sobre el Conocimiento de procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación en la empresa hotelera Casa Andina Private Collection Expresan que “SI” representa el 62.5% y el 30% también expresan que “SI” conocen y el 25% solo conocen en parte.

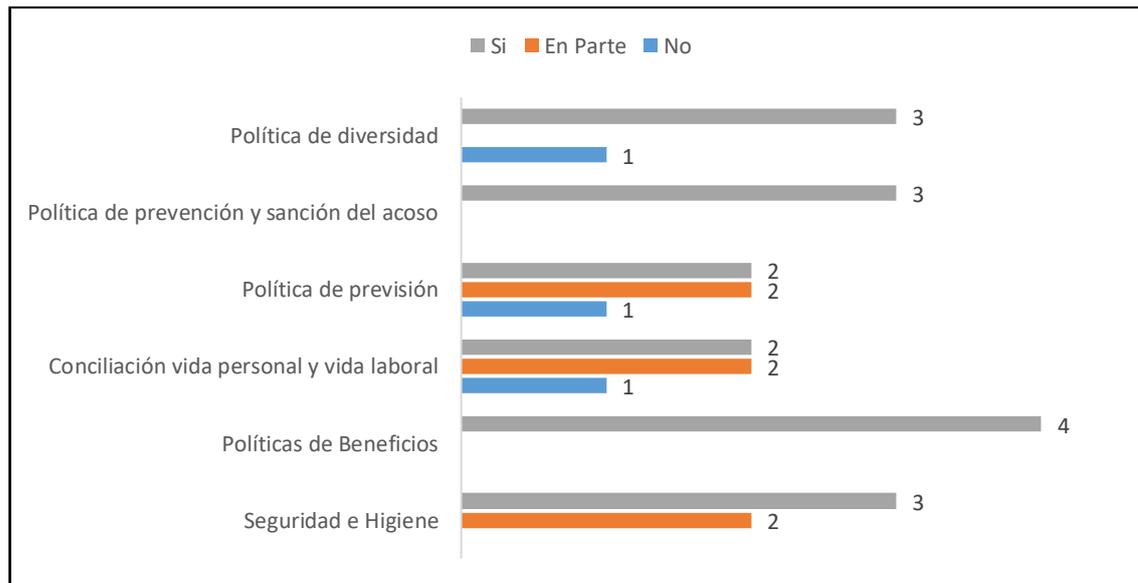


**Figura 31:** Confidencialidad de los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación.

FUENTE: Encuesta estructurada a colaboradores del Hotel Casa Andina Puno.

Según en la figura 31 de los 48 encuestados sobre la Confidencialidad de los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación expresan que el 54.2% y el 26% “SI” previenen con confiabilidad las situaciones de discriminación, y dicen NO el 29.2% del total de encuestados.

#### 4.8. ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN QUE TIENE EL HOTEL POR PARTE DE LA GERENCIA EN LO REFERENTE A SUS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO SON LOS VALORES Y COHERENCIA, PÚBLICO INTERNO, PROVEEDORES, CONSUMIDORES, COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE



**Figura 32:** Responsabilidad social público interno.

FUENTE: Entrevista en profundidad Gerencia de Cadena hotelera Casa Andina.

La percepción de la gerencia respecto al público interno evalúa los siguientes aspectos: Seguridad e higiene, señala que se realizan reuniones para la prevención de accidentes que se denomina seguridad y salud en el trabajo, así como simulacros de incendio, derrumbes, catástrofes; que pese a no existir un manual de seguridad e higiene se realizan prácticas constantes y dan información general de accidentes ocurrido, consideran que su personal tiene la capacitación con profesionales expertos en salud y seguridad.

Política de Beneficios. La gerencia señala que tienen presencia directa con el CEO, el cual nos brinda información del movimiento laboral y personal, cada miembro



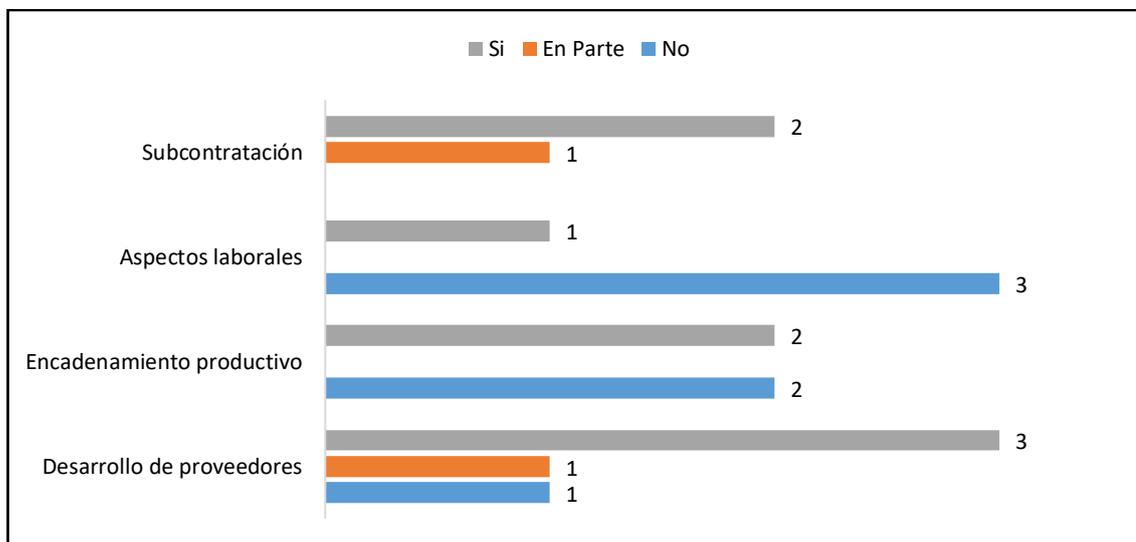
de la empresa conoce los beneficios ya que la información específica se encuentra en la boleta de pago, se hace la conformidad en comparación con o recibido y lo indicado en el recibo y cuentan con una cuponera de beneficios que cada colaborador posee.

Conciliación de la vida personal y vida laboral. Se ha elaborado en parte una política de conciliación de la vida personal y vida laboral, ya que la política establecida en gran parte está relacionada a la empresa y los valores que se practica lo aplican en la vida personal. Cuentan con una cuponera de horas, también tienen horas extras y flexibilidad. Las actividades se organizan en homenaje a una fecha especial como el día de la madre entre otros, En parte se trata de mejorar constantemente el desempeño personal en el trabajo, con dicho desempeño les permite tener mejor claridad en las decisiones que toman.

Política de previsión. La empresa ha implementado la flexibilidad de horarios con la finalidad de que pueda tener la tranquilidad de que tendrá a poyo en una urgencia y realizan actividades de esparcimiento en las que los trabajadores insertan a sus familias con el propósito de lograr que el personal sienta que es tomado en cuenta como en una familia de la empresa y no un simple trabajador; En parte se tiene elaborada una política de conciliación vida personal y laboral ya que mientras se labore en la empresa, se tiene que cumplir con las obligaciones laborales y cuando se está afuera es decisión laboral Pero no se consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos en las prácticas y políticas de conciliación vida familiar y laboral.

Política de prevención y acoso sexual. Cuentan con manuales como el código de conducta y reglamento interno, para ello se practica constantemente los valores éticos en cada reunión, y se siguen las medidas sobre prevención por la UNICEF y el MINCETUR.

Política de diversidad. Si se han generado mecanismos orientados a prevenir situaciones de discriminación que comienza desde la contratación del personal y durante la relación laboral y el refuerzo del reglamento; No se ha implementado mecanismos para incluir grupos desfavorecidos o vulnerables pero si tanto en los reglamentos como en el código son distribuidos a nivel nacional en toda la cadena y el conocimiento es en general, y el área de recursos humanos incita y obliga a tener el conocimiento certero del reglamento.



**Figura 33:** Responsabilidad Social con los Proveedores.

FUENTE: Entrevista en profundidad Gerencia de Cadena hotelera Casa Andina.

La empresa no ha generado instancias en las que se comparten conocimientos con los proveedores, en parte se han orientado a transmitir a los proveedores la importancia de la responsabilidad social de la empresa resaltando en ello los impuestos ya que es una responsabilidad formal, pero si mantiene registros completos de las características de los proveedores ya que cuenta con un sistema SAP con cada producto codificado y los proveedores registrados, de la misma forma se han establecido ciertas exigencias a los proveedores para el control de ingresos y egresos con la verificación de boletas y facturas,

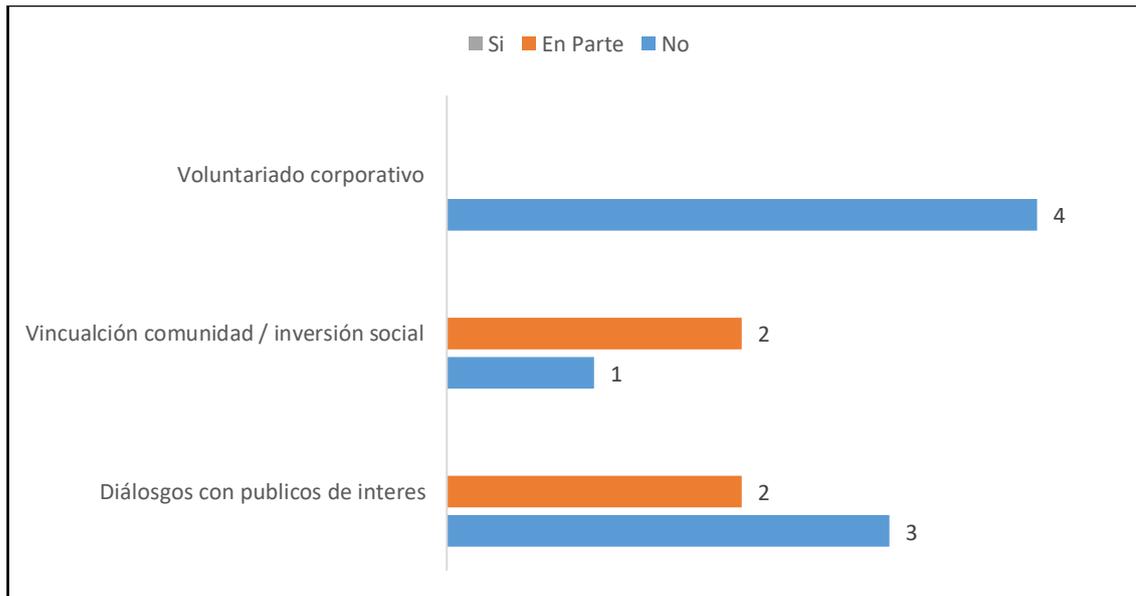


Los proveedores tratan directamente con las áreas encargadas en cada servicio porque para ello se cuenta con un jefe.

En encadenamiento productivo; no se mantiene un contacto permanente con otras similares y otros proveedores, ni se han generado red con organizaciones de la sociedad civil y reparticiones estatales, pero si Casa Andina pórtense al club intercorp y el personal tiene beneficios por ser parte del mismo, varias entidades haciendo de que se genere un desarrollo económico.

Aspectos laborales. La empresa no trabaja con proveedores que trabaja con niños ni personas en incapacidad de negarse a trabajar, que utilicen formas de discriminación con sus trabajadores ni que incorporen estas exigencias en su cadena productiva, pero si existen canales de denuncias en casos que se sorprenda a los proveedores trabajando con mano de obra infantil y/o forzada ya que cuentan con servicios de seguridad LIDERMAN el cual está capacitado en la denuncia de dichos casos.

En la subcontratación. Es de vital importancia el cumplimiento en la información sobre el salario, previsión, higiene, y seguridad porque es de interés el conocimiento hacia el colaborador, y siempre se suela hacer la respectiva verificación ya que la empresa tiene que estar registrado en el RU y en parte ha propiciado un buen ambiente de trabajo al personal subcontratado ya que se le brinda el mismo trato y se aplica las mismas condiciones en el aspecto labora.



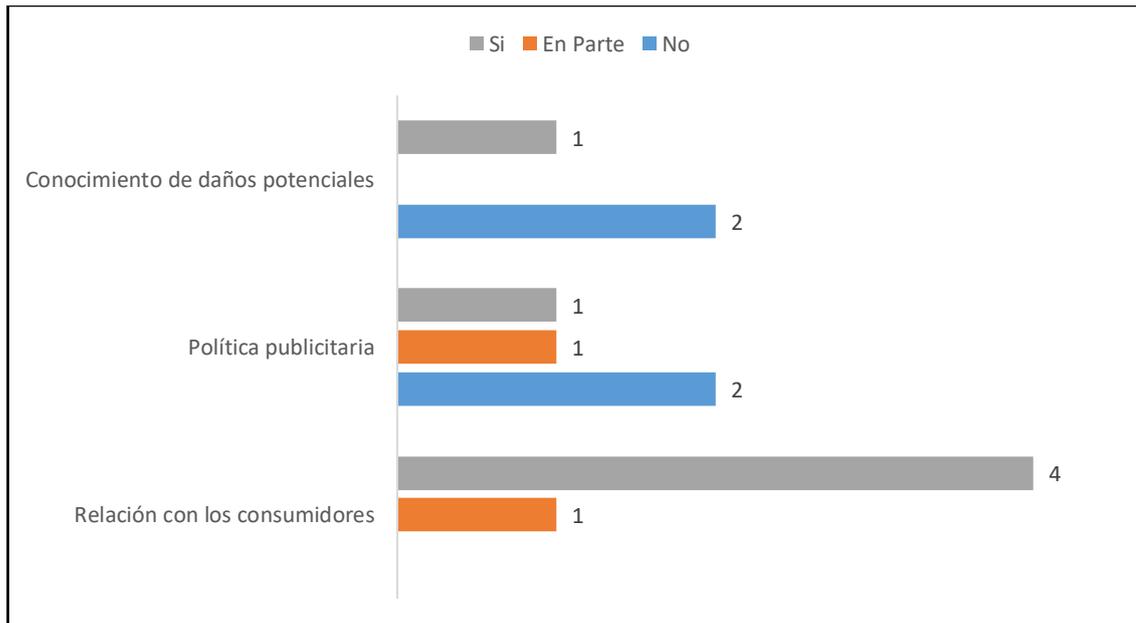
**Figura 34:** Responsabilidad social con los consumidores.

FUENTE: Entrevista en profundidad Gerencia de Cadena hotelera Casa Andina.

Relación con los consumidores. La empresa cuenta con el libro de sugerencias o comentarios, así como el libro de reclamaciones, cuentan con un stock de productos que pueden ser remplazados, cada consulta que requiere el consumidor lo que se hace primero es derivarlo al personal de seguridad y este hace contacto con el área que corresponde. Y después del checkout se le envía una encuesta para saber el nivel de satisfacción market metrics. Y en parte el sistema de atención al consumidor es conocido por todos los miembros de la empresa ya que cada área tiene su proceso respectivo.

La política publicitaria. En parte cuenta con orientaciones éticas ya que de esto se encarga el área de marketing y la política de publicidad es conocida interna y externamente y no han generado mecanismos de regulación interna en cuanto a publicidad.

Conocimiento de daños potenciales si se han realizado seguimientos de los efectos en el largo plazo previa investigación de la trayectoria laboral en el mercado. Y no utilizan sustancias prohibidas y no se destinan recursos a la investigación de posibles efectos.



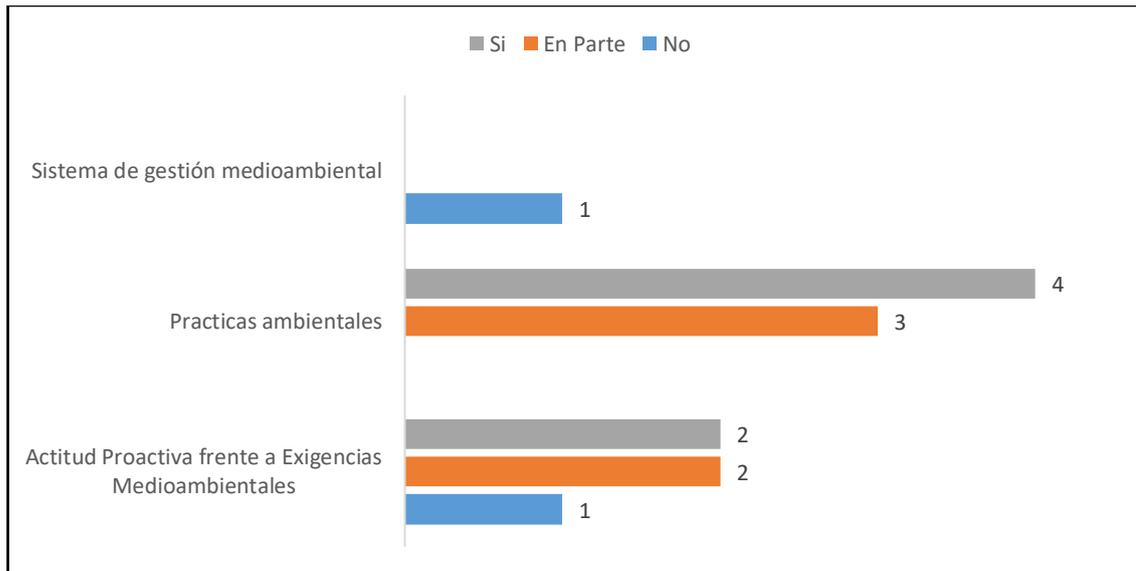
**Figura 35:** Trabajos de Responsabilidad Social en relación con la Comunidad

FUENTE: Entrevista en profundidad Gerencia de Cadena hotelera Casa Andina.

Dialogo con públicos de interés. No cuentan con una política de relación con los distintos públicos de interés, ni proyectos en conjunto ni relaciones trisectoriales en pos de resolver distintas demandas de los públicos de interés. Y en parte se han identificado los públicos de interés destacando el interés en clientes y proveedores que en la comunidad y solo se conoce por los distintos públicos de interés el respeto hacia los demás fuera de la empresa

Vinculación comunidad / inversión social. No se han diseñado ni implementado proyectos de inversión social con la comunidad, y en parte se han generado iniciativas orientadas a apoyar causas sociales con donaciones que van dirigidos a Perú Champ y se evalúan las iniciativas que se han implementado en la comunidad asignándose las políticas y procesos que la municipalidad exige.

Voluntariado corporativo. No se promueven formas de voluntariado corporativo, ni se organizan actividades con la comunidad, no se dan facilidades para ello ni se establecen concursos de proyectos de inversión social.



**Figura 36:** Responsabilidad social con el medio ambiente.

FUENTE: Entrevista en profundidad Gerencia de Cadena hotelera Casa Andina.

Actitud proactiva frente a las exigencias medioambientales. La empresa no ha participado en grupos de trabajo de discusión en torno a temas ambientales, en parte se han establecido una declaración de principios ambientales la cual se mejora en cada capacitación sobre seguridad y salud en el trabajo, y se preocupa en cumplir la legislación ambiental ya que se trabaja con productos registrados sanitariamente y autorizados para su uso. Pero si se han identificado los posibles impactos ambientales negativos lo más cerca y razonable es la contaminación del Lago y se han certificado su quehacer en manera ambiental (un certificado de sanidad por la municipalidad).

Prácticas ambientales. Si implementan prácticas ambientales con el público interno. Mediante la selección de residuos previa capacitación, han implementado formas de ahorro energético mediante anuncios pegados en lugares estratégicos, medidas para disminuir y utilizar eficientemente el consumo de agua mediante comunicados y anuncio y prácticas con el manejo de residuos o desechos ya que cuentan con contenedores de basura de distinto color. Y en parte optimizan el uso de materias primas, se ha elaborado una política ambiental y generada instancias de capacitación.



Sistema de gestión ambiental. No se ha elaborado una política ambiental que contemple un plan de gestión ambiental y personas responsables de su ejecución.

#### **4.9. LOS STAKEHOLDERS EN LA QUE INTEGRA LA CADENA HOTELERA CASA ANDINA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Los Stakeholders de la Cadena Hotelera Casa Andina Private Collections, la integran los llamados o Pertenece al Grupo INTERCORP, de capitales peruanos, como Interbank, Interseguros, Plaza Vea, Tiendas Peruanas, Vivanda, Cineplanet, y Peruplast, Bombos, entre otras. Quienes juegan un rol fundamental en el proceso de desarrollo de la cadena hotelera

##### **4.9.1. Propuesta de mejora para el hotel Casa Andina Private Collection -Puno para la responsabilidad social empresarial**

Luego de haber recolectado la información pertinente a partir de los resultados del diagnóstico, se propone la puesta en marcha del siguiente plan de mejoramiento, diseñado a partir de las fortalezas y debilidades de las áreas de gerencia y las demás áreas, referidos a la Responsabilidad Social, tiene la organización. Las recomendaciones que se identificaron son quince acciones para las diferentes áreas del hotel, las cuales se detallan en la tabla 4. Para que los resultados reflejen el verdadero alcance de la Responsabilidad Social Empresarial en la práctica, por parte del hotel, se recomienda que el plan de mejoramiento propuesto lo liderara la gerente de gestión de recursos humanos de la Cadena hotelera mediante la conformación de un equipo de trabajo en Responsabilidad Social Empresarial, fijándose como meta concreta la implantación de las actividades programadas en 12 meses o sea un año calendario de trabajo.

**Tabla 7**  
Plan de mejoramiento de responsabilidad social

Nº	ÁREA DE GESTIÓN	ACTIVIDADES	FUENTE DE VERIFICACIÓN DE DATOS
1	Con conocimiento de los Valores y coherencia	Programar directa o video conferencias y capacitaciones que tengan por propósito incentivar el respecto de los valores institucionales. Definir funciones y actividades del gobierno corporativo como empresa Elaborar documento e informes dirigidos y publicados a todos los empleados con las funciones propias de su cargo según su plan estratégico	Informes memoria Informe elaborado y publicado Documento elaborado
2	Publico interno y/o Trabajadores de la empresa	Publicar a través de medios como boletines, revista o página web el reporte de sustentabilidad y sostenibilidad de la empresa Promover la conformación de sindicatos o formas de organización de los trabajadores. Dar a conocer la política de contratación a todos los empelados Promover y motivar incentivos laborales para los trabajadores según temporada de afluencia de turistas. Generar mecanismos y acciones para incluir personas discapacitadas el grupo laboral	Política elaborada y publicada TICS Documento explicativo y publicado Informes/ correo electrónico, Portal electrónico Política de trabajo Reglamento Interno Documento reglamento Interno
3	Proveedores	Fortalecer y establecer un sistema de diagnóstico y clasificación de los proveedores en función de los distintos niveles de riesgo, seguido de un diseño metodológico de evaluación basado en los criterios de compras responsables previamente definidos. Con responsabilidad medio ambiental Participar en asociaciones gremiales o grupos empresariales con miras a mejora el encadenamiento productivo	Documento de diagnóstico, clasificación y evaluación de Proveedores y colaboradores Actas y reuniones
4	Relación con consumidores	Difundir a través de los diferentes canales externos la forma como los clientes pueden acceder a estos	Código de Conducta del Hotel
5	Relación con la comunidad	Elaborar informes sobre las acciones solidarias o de acción social que realice la empresa hotelera en favor de la sociedad	Documento del código de Conducta
6	Medio ambiente	Difundir interna y externamente la política de relación con los diferentes grupos de interés trabajo con los stakeholders Evaluar las iniciativas que implementa la empresa con la comunidad. Promover el voluntariado corporativo con grupos de interés	Código de Conducta del Hotel Código de Conducta del Hotel Código de conducta del hotel

FUENTE: Elaborado en base a entrevistas y encuestas.

El fundamento principal de este modelo como marco ético y moral de toda empresa u organización es que se cumpla su práctica de los principios e intereses sociales integrales determinados universalmente como son los Derechos Humanos, Los



Estandares Laborales o trabajo justo, protección del Medio Ambiente, en cual permitirá que el hotel promueva directamente el bienestar y desarrollo de la sociedad y del medio en la que realiza sus actividades y contribuya a la construcción de un mundo más sostenible ,sustentable y un turismo justo para todos en Puno destino turístico que pertenece a un país emergente.

### **Desarrollo de la investigación y relación de resultados del hotel Casa Andina Private Collection**

Acciones y estrategias desarrolladas con respecto a las teorías de responsabilidad social. En el siguiente cuadro comparativo se busca identificar las acciones y estrategias desarrolladas con respecto a las teorías de responsabilidad social.

**Tabla 8**  
Teoría de la responsabilidad social empresarial Hotel Casa Andina Private Collection

STAKEHOLDERS	TEORIA DE RSE	HOTEL CASA ANDINA PRIVATE COLLECTION
VALORES Y COHERENCIA DE LA CADENA HOTELERA	Establecer la misión de una empresa nos permite orientar las decisiones y acciones de todos los miembros de la empresa cuyo propósito es lograr objetivos y metas nos facilita visualizar las expectativas para ver la razón de ser de la empresa. La importancia de la visión de la empresa en que es una fuente de inspiración para el negocio de toda empresa, representa la esencia que guía la iniciativa que refleja los sueños y ayuda a trabajar hacia una sola dirección que compromete a todos los miembros de la empresa hoy en día definida con el enfoque de la responsabilidad social empresarial (RSE) que debe incidir al desarrollo sostenible en favor de las personas y la comunidad.	<p><u>Misión</u> Creamos experiencias auténticas que van más allá de lo que el viajero espera.</p> <p><u>Visión</u> Ser la cadena líder en Latinoamérica gracias a nuestros colaboradores y nuestro compromiso social.</p> <p><u>Valores: Pasión</u> por lo que hacemos, Respeto, Optimismo, Trabajo en equipo, Honestidad, Proactividad, Innovación.</p> <p><u>Objetivo de Operaciones.</u> Ser los mejores en lo que hacemos.</p>
PÚBLICO INTERNO DE LA CADENA HOTELERA	Políticas y procedimientos orientados al desarrollo y mejora en la calidad de vida de los trabajadores de la empresa que brinda producción y servicios	<p><b>Código de Conducta del hotel Casa Andina Private Collection</b> En Casa Andina estamos convencidos de que nuestros clientes merecen una experiencia auténtica y diferente que supere a todas sus expectativas. Lograr su máxima satisfacción representa nuestro compromiso hacia ellos. Del mismo modo, asumimos un compromiso de respeto hacia nuestros colaboradores, brindándoles condiciones de trabajo adecuadas, con estándares de Seguridad y Salud en el Trabajo por encima de las ofrecidas por el sector, así como la voluntad de trabajar para ser líderes en clima laboral. Este código de conducta busca informar a todos los grupos de interés de Casa Andina sobre los valores y principios de conducta con los cuales estamos comprometidos.</p>
PROVEEDORES E INTERMEDIARIOS	Considerar las Políticas y procedimientos que les garanticen estabilidad y posibilidades de desarrollo a los proveedores en el plazo pactado.	<p>Casa Andina con sus Proveedores</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Respeto de derechos humanos y del medio ambiente</li> <li>Transparencia en los procesos de adquisiciones</li> <li>Desarrollo de Proveedores (Pymes, negocios inclusivos y compras locales). El área de logística coordinará con el Gerente del hotel para realizar programas de desarrollo de proveedores que tengan potencial y que puedan agregar valor a nuestras operaciones</li> <li><b>Pago en plazo acordado.</b> Los colaboradores de las áreas de logística y finanzas deberán desarrollar medidas con los pagos de los proveedores en los plazos pactados</li> <li><b>Con nuestros Intermediarios.</b> La interacción con los operadores debe ser con un trato cordial y de respeto. La información requerida se remitirá de forma oportuna, guardando la debida confidencialidad de la misma.</li> </ol>
RELACIÓN CON LOS CONSUMIDORES Y/O HUÉSPEDES	En el código de conducta. Para los consumidores se considera calidad en el servicio, promoción de conductas socio ambientales de Casa Andina, Planes de acción en caso de emergencias o desastres y lograr la comunicación directa y continua con nuestros huéspedes	<p>La mejora continua de la empresa hotelera facilita el contacto permanente con el cliente desde que se hospeda y se identifica</p> <p>Cada necesidad</p> <p>INFORMACION AL HUESPED. Todos los colaboradores deben estar en la capacidad de asistir al huésped con la siguiente información de la ciudad: lugares turísticos, bancos, ATM, gimnasios, spas, embajadas, cine, transporte, etc. Todos los colaboradores deben estar en la capacidad de asistir al huésped con la siguiente información del hotel: Todos los servicios de hotel, por ejemplo: restaurantes, horarios de servicio, lavandería, salones de eventos, room service, ubicación y tipos de habitaciones.</p>
RELACIÓN CON LA COMUNIDAD	Las necesidades Políticas y procedimientos que establecen la cohesión con los públicos de interés y su rol con los distintos grupos que integran la comunidad Casa Andina y la comunidad en la que opera.	<p>La empresa hotelera en la RSE involucra: públicos de interés, clientes, comunidad, proveedores genera proyectos en conjunto a favor de:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Prevención de Explotación sexual Casa Andina Trabaja para evitar la explotación infantil. En este sentido se solicita la debida identificación de los huéspedes, en especial cuando se trata de menores de edad. Seguir medidas de prevención preparadas por UNICEF y el MINCETUR</li> <li>Promoción de conductas socio ambientales de Casa Andina, buenas prácticas en conductas socio ambientales con jóvenes</li> <li>Contribución a la Comunidad. Casa Andina Promoverá programas de desarrollo social que se consideren relevantes y que están alineados con el Plan Estratégico de Responsabilidad Social en las comunidades de influencia</li> <li>Es necesario el manejo de conflictos. La gerencia de C.A. priorizará la seguridad de los huéspedes, colaboradores y la propiedad con trabajo conjunto con la sede corporativa.</li> </ol>
MEDIO AMBIENTE	Gestión de políticas eco eficientes que aseguren plasmar practicas sostenibles de la empresa hotelera.	<p>Políticas ambientales de C.A</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Ahorro de energía y agua.</b> C.A Sensibilizará a los colaboradores, las faltas reiteradas se consideran desobediencia y contrarias a la buena fe laboral</li> <li><b>Separación de residuos sólidos y tratamiento (reciclaje)</b> C.A. Los colaboradores contribuirán en la separación de los residuos sólidos. La gerencia identificará organizaciones que pudieran trasladar los mismos para su tratamiento adecuado</li> <li><b>Uso de insumos con menor impacto ambiental.</b> C.A. buscará emplear insumos que causen el menor impacto ambiental (Biodegradables)</li> <li><b>Contribución a la mejora ambiental (áreas verdes y emisiones)</b> C.A. el cuidado de áreas verdes en instalaciones y en la comunidad, adecuado mantenimiento y control de emisiones de la flota vehicular</li> </ol>

FUENTE: Elaboración en base a entrevistas en el hotel 2016.

La responsabilidad social empresarial se ha convertido en un elemento útil y eficaz para las organizaciones pues esta involucra diferentes áreas y si son unidas y desarrolladas a plenitud hacen que la empresa sea rentable a largo plazo y esto generará confianza a sus



clientes y a los futuros inversionistas. Entonces se puede identificar que el hotel Casa Andina Private Collection trabajan corporativamente con un marco de Código de Conducta del hotel, tienen su reglamento interno, así mismo al brindar servicios de alta calidad con fortalezas más resaltantes de Casa Andina, han desarrollado una Guía de Operaciones, la cual detalla los estándares básicos de atención los cuales les permite familiarizarse con su filosofía de trabajo. Ello facilita que tengan un buen clima organizacional y ello se proyecta o refleja en el tipo de servicio que brindan a los clientes (huéspedes).



## V. CONCLUSIONES

**PRIMERA:** La responsabilidad social empresarial es amplio que abarca capital humano, proveedores, medio ambiente y comunidad que participa en forma directa e indirecta. Casa Andina a lo largo de estos 11 años de exitoso desempeño se ha convertido en la cadena hotelera más importante del Perú, tanto en número de hoteles y habitaciones e ingresos anuales. Pertenece al Grupo INTERCORP, de capitales peruanos, como Interbank, Interseguros, Plaza Veá, Tiendas Peruanas, Vivanda, Cineplanet, y Peruplast, Bambos, PERU CHAMPS Perú Champs es una organización sin fines de lucro que da becas escolares a niños con alto potencial y de familiar de bajos recursos. Con la ayuda de Casa Andina, potenciamos la vida de miles de niños. Casa Andina ha sido elegida en 2008, 2009, 2010, 2013 y 2014 dentro del Top 30 de "Great Place to Work" En el 2008 ganó el premio a la Creatividad Empresarial otorgado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, El Comercio, RPP y Canal N.4 En 2009 fue reconocida por el Latin American Travel Association (LATA), como la mejor Cadena Hotelera en América Latina. Certificación **HACCP** (Hazard Analysis and Critical Control Points) - SGS en todos los hoteles de la marca Private Collection.

**SEGUNDA:** La Cadena Hotelera Casa Andina Private Colección para el Público interno cuentan con una Guía de Conducta, los valores se dan a conocer en cada reunión que se organiza, y estos son respetados por los miembros gracias a los jefes de área, se establece e incentiva expresamente a desarrollar formas adecuadas de relacionarse porque siempre se le pide a los colaboradores expresar libremente las opiniones que tengan. El 49.7% manifiestan que "En parte" existe una política de beneficios orientada a mejorar la calidad de Vida y bienestar de los trabajadores en la empresa hotelera Casa Andina Private Collection y el 39.6% expresan que "SI" ;el 77.1% que "SI" tienen Conocimiento de la



política de beneficios por los trabajadores que ofrece la empresa hotelera y manifiestan; 54.2% “En parte se considera los aspectos de Política de Previsión en la conciliación entre vida personal y vida laboral; Expresan el 60.4% que “SI” se da la Implementación de la flexibilidad de horarios en casos especiales; el Conocimiento de las Prácticas acerca de conciliación vida personal y vida familiar el 50% expresa que “En parte Diseño confidencial de los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual de los 48 encuestados manifiestan que “SI” que numéricamente representa el 45.8%. Sobre los Mecanismos orientados a prevenir situaciones de discriminación por parte del público interno, en la que el 54.2%; el Conocimiento de procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación en la empresa hotelera Casa Andina Private Collection Expresan que “SI” representa el 62.5%.

**CUARTA:** los fundamentos teóricos sobre la responsabilidad social empresarial en la cadena hotelera Su Código de ética buscar informar a todos los grupos de interés de Casa Andina sobre los valores y principios de conducta con los cuales estamos comprometidos. En cuanto a las dimensiones de valores y coherencia, se pudo observar que la empresa cuenta con un manual de convivencia y un código de ética y estos son conocidos y difundidos a todos los empleados, los valores como calidez, sencillez y disciplina, trabajo en equipo son importantes para lograr un excelente clima laboral. La dimensión de público interno, el hotel se encuentra comprometido con el bienestar y seguridad de todos sus empleados logrando con esto una alta satisfacción personal propiciando con esto el clima interno, y haciéndolos sentir que son una parte importante para la organización creando en ellos un alto grado de sentido de pertenencia. Los proveedores siempre tratan de mantener un vínculo a largo plazo, contratando siempre con todos aquellos que cumplan toda la normatividad legal, y esto genera confianza y agrado en el servicio que se presta. Para Casa Andina la satisfacción del huésped y los colaboradores es lo más



importante por eso cuenta con canales a través de los cuales se recoge la opinión y sugerencia para una mejora continua del servicio respectivo. La empresa conoce el impacto que ocasiona su actividad económica en el sector y en la comunidad se apoyan en la normatividad vigente para mitigar los posibles efectos de su actuar.



## VI. RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** Es necesario considerar las relacionadas con la responsabilidad social empresarial en las estructuras de incentivos de las diferentes empresas turísticas; como parte de los procesos y estructuras de la empresa de un modo efectivo en favor del público externo e interno y la comunidad

**SEGUNDA:** La responsabilidad Social empresarial se debe actuar en forma corporativo que se aplica a todas las personas de la organización. Los incentivos deben estar alineados con los valores definidos por las organizaciones turísticas para promover relaciones de confianza con su entorno en la que se desarrolla

**TERCERA:** Con la adecuada gestión de los proveedores es menester tener una medida clave para controlar una parte significativa de los riesgos de reputación de las empresas una mala actuación de los proveedores puede dañar gravemente la percepción social sobre una determinada compañía Es necesario integrar la gestión de proveedores y contratistas bajo el paraguas de sus planteamientos.

**CUARTA:** Es necesario distinguir los asuntos importantes de los que no lo son, lo que implica prestar atención al entorno cambiante, a la vez que cuidar la calidad de las relaciones con los grupos de interés para el desarrollo del turismo. La reflexión no debe limitarse aquí y ahora, sino que hay que hacer prospecciones de futuro: las preocupaciones a las que se enfrenta la RSE están a medio y largo plazo, y se han desarrollado con independencia de la crisis económica. Un ejemplo sería el cambio climático.



## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Altes, C. (1995). *Marketing y Turismo*. Madrid: Síntesis.

Arandoña, A. (1998). *La teoría de los stakeholders y el bien común*. Universidad de Navarra, Barcelona, p. 7.

Armand, J. (2000). Mundialización versus Globalización. *Revista Nuevo Mundo*, 87-90, 9- 33.

Bracamonte, M. y Ruiz, K. (2016). *La responsabilidad social corporativa en la empresa hotelera sunset bay colán srl y su contribución al desarrollo turístico sostenible en el distrito de colán de la provincia de paita del departamento de piura en el año 2016*. Paita, Piura:

[http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1958/1/re\\_admi\\_margot.debracamonte\\_kelwyn.ruiz\\_responsabilidad.social\\_sunset.bay\\_datos\\_T046\\_72038552T%20-%2047253174T.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1958/1/re_admi_margot.debracamonte_kelwyn.ruiz_responsabilidad.social_sunset.bay_datos_T046_72038552T%20-%2047253174T.pdf).

Calle, M., Nina, H. y Torres, E. (2016). *Análisis de la influencia de la responsabilidad social empresarial y el comportamiento de compra de los consumidores de servicios hoteleros de tres estrellas de Tacna, año 2015*. Tacna: Neumann

Bussines School/Escuela de Postgrado

<https://es.scribd.com/document/396557569/tesis-MAN-Calle-Torres-Nina>.

Cancino, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial*. Universidad de Chile, p. 34.

Cardona, D. y Hernández, S. (2011). *La Responsabilidad Social Empresarial desde la perspectiva de los gerentes de los hoteles pymes de la ciudad de Cartagena, Saber, Ciencia y libertad ISSN: 1794-7154*.



- Enciclopedia práctica profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes. (1ra ed.). Madrid: Editorial Océano. Año s.f. 600 páginas. ISBN 84-494-1367-2.
- Francois, J. (2001). *Ética, Postmodernidad y Globalización*. Recuperado el 20 de abril de 2012. Recuperado de <http://uca.zain.ni>
- Guédez, V. (2001). *La Ética Gerencial*. Instrumentos estratégicos que facilitan decisiones correctas. Venezuela: Planeta.
- Gurria, M. (1991). *Introducción al Turismo*. México: Trillas.
- Hernández, E., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5<sup>ta</sup> ed.). México, Edit. McGraw Hill.
- Josep-Francesc, V. (2000). *Gestión de destinos Turísticos Sostenibles*. Gestión 2000.com
- Küng, H. (1999). *Una ética mundial para la economía y la política*. España: Trotta.
- Organización Mundial del Turismo (1999). *Turismo sostenible y gestión Municipal*. Madrid, España: OMT.
- Ortiz, Vargas, Nava y Castillo. (25 de Setiembre de 2016). *Los stakeholders de la industria hotelera: una clasificación a partir de sus intereses ambientales*. Obtenido de:  
<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/viewFile/4607/3281>.
- Palacios, C. (2009). La moral: un concepto, muchas interpretaciones. *Revista Web Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Eumed. Recuperado el 15 de abril de 2012 de <http://eumed.net/rev/cccss/03/cpt.htm>.



- Philip, A. (2003). *Fundamentos de Marketing*. (6<sup>ta</sup> ed.). México: Pearson Prentice Hall, 646 páginas. ISBN 970-26-0400-1.
- Reyno, M. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva*. p. 27.
- Rocha, R. (1992). *Metodología de la Investigación Aplicada al turismo – Trillas ¿Por qué el turismo?* [En línea]. Organización Mundial del Turismo, 2012. [Citado 10 de mayo de 2012]. Disponible en <http://unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>.
- Tamayo, M. (1986). *Proceso de la investigación Científica*. México: Limusa.
- Toscano, R. (1990). Interrogantes éticos sobre la globalización. *Revista Claves de Razón Práctica*, 86, 45.
- Velásquez, G. (2006). *Ética en los negocios*. Conceptos y casos. México: Pearsons Educación.

## WEBGRAFIA

- <http://www.hotelalmirantecartagena.com.co/>. El día 22 de abril de 2015 a las 9:30 a.m.
- <http://ProHumana.cl>, MANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA PYMES, Primera Edición, diciembre de 2006 Registro de Propiedad Intelectual N° 158.819 ISBN: 956-8046-01-1 Santiago, Chile.
- [http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que\\_es\\_RSE.pdf](http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf).
- <http://www.guioteca.com/rse/que-son-los-stakeholders/>
- <http://www.definicionabc.com/negocios/etica-empresarial.php>



<https://filoempresa.wordpress.com/2007/08/28/filantropia-o-responsabilidad-social-corporativa/>

<http://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>

Manual de RSE PARA PYMES (Chile) CPC, Fundación Prohumana

Elsa DEL Castillo. María Matilde Schwallo (2011). Guía Práctica para la Gestión de Proyectos con Responsabilidad Social; Lima Perú

«Great Place to Work® Institute». Consultado el 2009.

«Cadena Casa Andina gana Gran Premio Creatividad Empresarial». Consultado el 2009.

«Great Place to Work® Institute». Consultado el 2009.



# ANEXOS



## Anexo 1. Formato de entrevista

### Gerencia cadena hotelera Casa Andina Private Collection Valores y coherencia

CÓDIGOS DE ÉTICA					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han definido claramente cuáles son los valores que guían nuestro accionar.					
En mi empresa se han difundido sus valores, siendo conocidos por todos sus miembros.					
En mi empresa sus valores son respetados por todos sus miembros.					
En este Código de Ética se establece e Incentiva expresamente a desarrollar formas adecuadas de relacionarse.					
En este Código de Ética se identifican las Acciones poco éticas y su respectiva sanción.					
En mi empresa existen mecanismos a través de los cuales los trabajadores acceden al Código de Ética.					
GOBIERNO CORPORATIVO					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha definido un modelo de Gobierno Corporativo.					
En mi empresa se han definido claramente las funciones del Gobierno Corporativo.					
En mi empresa se han establecido Sanciones al Gobierno Corporativo en caso de no cumplir o transgredir sus funciones.					
En mi empresa se han definido Claramente la organización de los cargos y las funciones de los mismos.					
En mi empresa las funciones de cada cargo y la forma como se organizan son conocidas por todos.					
TRANSPARENCIA EN LOS INFORMES CONTABLES					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique Cómo implementa estos aspectos.	Puntaje
En mi empresa se presenta un Balance General al Servicio de Impuestos Internos, cumpliendo con las obligaciones tributarias correspondientes.					
En mi empresa se manejan libros contables con el apoyo de un contador externo.					
En mi empresa se publican los resultados del Balance General, de manera que sean conocidos por todos sus miembros.					



<b>RELACIONES LEALES CON LA COMPETENCIA</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han establecido y comunicado las formas en que nos debemos relacionar lealmente con la					
En mi empresa no se difunde información tendenciosa en contra nuestros competidores.					
En mi empresa se participa en asociaciones u organizaciones de interés común, en las que se mantienen diálogos con nuestros competidores.					

<b>REPORTES DE SUSTENTABILIDAD</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se elabora un Reporte de Sustentabilidad.					
En mi empresa, en los contenidos del Reporte de Sustentabilidad, se integran aspectos sociales, económicos y ambientales.					
En mi empresa se publica, a través de medios como boletines, revista o página web, el Reporte de Sustentabilidad.					

## **PÚBLICO INTERNO**

<b>SEGURIDAD E HIGIENE</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique Cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han identificado los riesgos laborales relacionados con la seguridad de los trabajadores.					
En mi empresa se han realizado charlas informativas o instancias similares, tendientes a informar a los trabajadores los riesgos en seguridad de la empresa.					
En mi empresa se ha elaborado un manual de seguridad e higiene.					
En mi empresa se dan a conocer cifras que den cuenta de la cantidad de accidentes de trabajo que han ocurrido en el último año					
En mi empresa se preocupan de establecer sistemas de reinserción de los trabajadores accidentados.					
<b>POLITICAS DE BENEFICIOS</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa existe una política de beneficios orientada a mejorar la calidad de vida y bienestar de los trabajadores.					
En mi empresa la política de beneficios es conocida por todos los trabajadores y se está al tanto de las formas de acceso a ellos.					



En mi empresa se consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos.					
En mi empresa se han establecido algunos beneficios para los familiares cercanos al trabajador.					

<b>CONCILIACION VIDA PERSONAL Y VIDA LABORAL</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha elaborado una política de conciliación vida personal y vida laboral.					
En mi empresa se han implementado la flexibilidad de horarios en casos especiales.					
En mi empresa se han realizado actividades de esparcimiento en las que los trabajadores integran a sus familias.					
En mi empresa las prácticas acerca de conciliación vida personal y vida familiar son conocidas por todos sus trabajadores y se tiene claridad respecto a su acceso.					
En mi empresa se consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos en las prácticas o política de conciliación vida familiar y laboral.					
<b>POLITICA DE PREVISION</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha elaborado una política de conciliación vida personal y vida laboral.					
En mi empresa se han implementado la flexibilidad de horarios en casos especiales.					
En mi empresa se han realizado actividades de esparcimiento en las que los trabajadores integran a sus familias.					
En mi empresa las prácticas acerca de conciliación vida personal y vida familiar son conocidas por todos sus trabajadores y se tiene claridad respecto a su acceso.					



En mi empresa se consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos en las prácticas o política de conciliación vida familiar y laboral.					
---	--	--	--	--	--

<b>POLITICA DE PREVENCIÓN Y SANCION DEL ACOSO</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa han elaborado un manual de procedimientos tendientes a prevenir y sancionar situaciones de acoso sexual.					
En mi empresa los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual son conocidos por todos sus miembros.					
En mi empresa los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual han sido diseñados para asegurar la confidencialidad del proceso y de las personas involucradas.					
<b>POLITICA DE DIVERSIDAD</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han generado mecanismos orientados a Prevenir situaciones de discriminación.					
En mi empresa se han generado mecanismos para incluir grupos desfavorecidos o vulnerables, tales como personas discapacitadas.					
En mi empresa los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación son conocidos por todos los trabajadores.					
En mi empresa los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación han sido diseñados para asegurar la confidencialidad del proceso y de las personas involucradas.					

## PROVEEDORES

<b>DESARROLLO DE PROVEEDORES</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se mantiene un registro completo de las características de los proveedores.					
En mi empresa se han establecido ciertas exigencias a proveedores, todas ellas orientadas al cumplimiento de la legislación					
En mi empresa se han generado instancias en las que se comparten conocimientos con proveedores y entre proveedores.					



En mi empresa se han orientado a transmitir a los proveedores la importancia de la responsabilidad social empresarial.					
En mi empresa la forma en que se relaciona con los proveedores es conocida por los trabajadores.					

<b>ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se mantiene un contacto permanente con otras similares y con otros proveedores que forman parte del encadenamiento productivo en el que nos insertamos.					
En mi empresa se participa en asociaciones o agrupaciones empresariales.					
En mi empresa se promueve la generación de redes de cooperación estable, orientada a provocar desarrollo económico y social en las comunidades locales.					
En mi empresa se han generado redes con organizaciones de la sociedad civil y reparticiones estatales.					

<b>ASPECTOS LABORALES</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique Cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa no se trata con proveedores que trabajan con mano de obra infantil, ni personas en incapacidad de negarse a trabajar.					
En mi empresa no se trata con proveedores que utilizan formas de discriminación con sus trabajadores.					
En mi empresa sus proveedores también incorporan estas exigencias en su cadena productiva.					
En mi empresa existen canales de denuncia en casos en que se sorprende a los proveedores trabajando con mano de obra infantil y/o forzada.					

<b>SUBCONTRATACION</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique Cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha exigido que las empresas contratistas o subcontratistas informen del cumplimiento de la legislación vigente en la contratación de su personal, específicamente los aspectos relacionados con pago de salario, previsión, e higiene y seguridad.					
En mi empresa se ha verificado que la información laboral y previsional recibida de los contratistas o subcontratistas haya sido emitida por un ente acreditado.					



En mi empresa se ha propiciado un buen ambiente de trabajo, de forma tal que las condiciones laborales del personal subcontratado y/o suministrado sean similares a las que se aplican al personal propio de la empresa.					
--	--	--	--	--	--

## **RELACION CON LA COMUNIDAD**

<b>Diálogos con Públicos de Interés</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	g
En mi empresa se han identificado los públicos de interés, tales como sus clientes, proveedores, comunidad, etc.					
En mi empresa se ha elaborado una política de relación con los distintos públicos de interés.					
En mi empresa la política de relación con los distintos públicos de interés es conocida tanto interna como externamente.					
En mi empresa se han generado proyectos en conjunto con los públicos de interés.					
En mi empresa se han establecido relaciones trisectorales en pos de resolver las distintas demandas de los públicos de interés.					
<b>Vinculación Comunidad/Inversión Social</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo	Puntaje
En mi empresa se han generado iniciativas orientadas a apoyar causas sociales.					
En mi empresa se han diseñado e implementado proyectos de inversión social con la comunidad.					
En mi empresa se evalúan las iniciativas que se han implementado en la comunidad.					
<b>Voluntariado Corporativo</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa	Puntaje
En mi empresa se promueven formas de voluntariado corporativo.					
En mi empresa se han organizado actividades con la comunidad en que han participado trabajadores.					
En mi empresa se dan facilidades para organizar y llevar a cabo actividades de voluntariado corporativo.					
En mi empresa se ha establecido un concurso de proyectos de inversión social para realizar voluntariado					



## RELACION CON LOS CONSUMIDORES

<b>Relación con los Consumidores</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han establecido mecanismos de atención a los consumidores, orientados a recoger sus reclamos y sugerencias.					
En mi empresa se han establecido mecanismos para la reposición de productos defectuosos.					
Los sistemas de atención a los consumidores son difundidos a través de todos los canales de comunicación externa con que cuenta la empresa, de manera que todo consumidor conoce las formas de acceder a ellos.					
En mi empresa el sistema de atención a los consumidores es conocido por todos los miembros de la empresa, siendo cualquiera de ellos capaz de derivar a los consumidores a las instancias correspondientes.					
En mi empresa se han realizado encuestas para recoger la satisfacción de los clientes.					
<b>Política Publicitaria</b>					
	No	En	Si	Si su respuesta es sí: especifique	Puntaje
En mi empresa existen orientaciones éticas para la publicidad que se realiza.					
En mi empresa se ha elaborado una política de publicidad bajo criterios éticos, que contempla un código y procedimientos para elaborar la publicidad.					
En mi empresa la política de publicidad es conocida tanto interna como externamente.					
En mi empresa se han generado mecanismos de regulación interna en cuanto a la publicidad.					

## MEDIO AMBIENTE

<b>Actitud Proactiva frente a Exigencias Medioambientales</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha establecido una declaración de principios respecto a su actuación en términos ambientales.					
En mi empresa se preocupan de cumplir la legislación colombiana vigente respecto a los posibles impactos ambientales negativos.					



<b>Conocimiento de Daños Potenciales</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa no se utilizan sustancias o productos prohibidos en Colombia y en otros países.					
En mi empresa se han destinado recursos a la investigación de los posibles efectos, a largo plazo, que tienen sus productos o servicios.					
En mi empresa han realizado seguimiento de los efectos, en el largo plazo, del producto o servicio ofrecido.					
En mi empresa se han identificado los posibles impactos ambientales negativos.					
En mi empresa se ha certificado su quehacer en materia ambiental.					
En mi empresa se ha participado en grupos de trabajo o equipos de discusión en torno a temas ambientales, aportando y recogiendo ideas que fomentan la responsabilidad ambiental.					

<b>Prácticas Ambientales</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han implementado prácticas ambientales con el público interno.					
En mi empresa se han implementado formas de ahorro energético.					
En mi empresa se han implementado medidas para disminuir y utilizar eficientemente el consumo de agua.					
En mi empresa se han implementado prácticas para optimizar el uso de materias primas o insumos en general.					
En mi empresa se han desarrollado prácticas relacionadas con el manejo de residuos o desechos.					
En mi empresa se ha elaborado una política ambiental.					
En mi empresa se han generado instancias de capacitación de los trabajadores acerca de buenas prácticas medioambientales.					

<b>Sistema de Gestión Medio ambiental</b>					
	No	En parte	Si	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se ha elaborado una política ambiental que contempla un plan de gestión ambiental y personas responsables de su ejecución.					

## Anexo 2. Tratamiento de datos estadísticos

En mi empresa se han identificado los riesgos laborales relacionados con la seguridad de los trabajadores

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	4	8,3	8,3	8,3
	En parte	24	50,0	50,0	58,3
	Si	20	41,7	41,7	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa se han realizado charlas informativas o instancias similares, tendientes a informar a los trabajadores los riesgos en seguridad de la empresa

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	En parte	8	16,7	16,7	16,7
	Si	40	83,3	83,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa se ha elaborado un manual de seguridad e higiene

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	14	29,2	29,2	29,2
	En parte	18	37,5	37,5	66,7
	Si	16	33,3	33,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa se dan a conocer cifras que den cuenta de la cantidad de accidentes de trabajo que han ocurrido en el último año

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	37	77,1	77,1	77,1
	En parte	4	8,3	8,3	85,4
	Si	7	14,6	14,6	100,0
	Total	48	100,0	100,0	



En mi empresa se preocupan de establecer sistemas de reinserción de los trabajadores accidentados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	25	52,1	52,1	52,1
	En parte	15	31,3	31,3	83,3
	Si	8	16,7	16,7	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa existe una política de beneficios orientada a mejorar la calidad de vida y bienestar de los trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	6	12,5	12,5	12,5
	En parte	23	47,9	47,9	60,4
	Si	19	39,6	39,6	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa la política de beneficios es conocida por todos los trabajadores y se está al tanto de las formas de acceso a ellos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	4	8,3	8,3	8,3
	En parte	7	14,6	14,6	22,9
	Si	37	77,1	77,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa se consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	8	16,7	16,7	16,7
	En parte	15	31,3	31,3	47,9
	Si	25	52,1	52,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	



En mi empresa se han establecido algunos beneficios para los familiares cercanos al trabajador

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	10	20,8	20,8	20,8
	En parte	19	39,6	39,6	60,4
	Si	19	39,6	39,6	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa se ha elaborado una política de conciliación entre la vida personal y vida laboral

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	25	52,1	52,1	52,1
	En parte	19	39,6	39,6	91,7
	Si	4	8,3	8,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa se han implementado la flexibilidad de horarios en casos especiales

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	7	14,6	14,6	14,6
	En parte	12	25,0	25,0	39,6
	Si	29	60,4	60,4	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa se han realizado actividades de esparcimiento en la que los trabajadores integran a sus familias

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	16	33,3	33,3	33,3
	En parte	16	33,3	33,3	66,7
	Si	16	33,3	33,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	



En mi empresa las prácticas acerca de conciliación vida personal y vida familiar son conciliadas por todos sus trabajadores y se tiene claridad respecto a su acceso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	21	43,8	43,8	43,8
	En parte	16	33,3	33,3	77,1
	Si	11	22,9	22,9	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa se consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos en las practicas o políticas de conciliación vida familiar y laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	25	52,1	52,1	52,1
	En parte	20	41,7	41,7	93,8
	Si	3	6,3	6,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa se ha elaborado una política de conciliación entre vida personal y vida laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	16	33,3	33,3	33,3
	En parte	26	54,2	54,2	87,5
	Si	6	12,5	12,5	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa se han implementado la flexibilidad de horarios en casos especiales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	7	14,6	14,6	14,6
	En parte	12	25,0	25,0	39,6
	Si	29	60,4	60,4	100,0
	Total	48	100,0	100,0	



En mi empresa se han realizado actividades de esparcimiento en las que los trabajadores integran a sus familias

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	21	43,8	43,8	43,8
	En parte	23	47,9	47,9	91,7
	Si	4	8,3	8,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa las practicas acerca de conciliación vida personal y vida familiar son conocidas por todos sus trabajadores y se tiene claridad respecto a su acceso

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	20	41,7	41,7	41,7
	En parte	24	50,0	50,0	91,7
	Si	4	8,3	8,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa se consulta a los trabajadores acerca de la pertinencia y satisfacción de los beneficios recibidos en las prácticas o políticas de conciliación de vida familiar y laboral

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	13	27,1	27,1	27,1
	En parte	23	47,9	47,9	75,0
	Si	12	25,0	25,0	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa han elaborado un manual de procedimientos tendientes a prevenir y sancionar situaciones de acoso sexual

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	12	25,0	25,0	25,0
	En parte	11	22,9	22,9	47,9
	Si	25	52,1	52,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	



En mi empresa los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual son conocidos por todos sus miembros

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	18	37,5	37,5	37,5
	En parte	16	33,3	33,3	70,8
	Si	14	29,2	29,2	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual han sido diseñados para asegurar la confidencialidad del proceso de las personas involucradas

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	18	37,5	37,5	37,5
	En parte	8	16,7	16,7	54,2
	Si	22	45,8	45,8	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa se han generado mecanismos orientados a prevenir situaciones de discriminación

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	14	29,2	29,2	29,2
	En parte	26	54,2	54,2	83,3
	Si	8	16,7	16,7	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa se han generado mecanismos para incluir grupos desfavorecidos o vulnerables, tales como personas discapacitadas

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	36	75,0	75,0	75,0
	Si	12	25,0	25,0	100,0
	Total	48	100,0	100,0	



En mi empresa los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación son conocidos por todos los trabajadores

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	6	12,5	12,5	12,5
	En parte	12	25,0	25,0	37,5
	Si	30	62,5	62,5	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

En mi empresa los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación han sido diseñados para asegurar la confidencialidad del proceso y de las personas involucradas

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	No	14	29,2	29,2	29,2
	En parte	8	16,7	16,7	45,8
	Si	26	54,2	54,2	100,0
	Total	48	100,0	100,0	