

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
HOTEL SANTA FE PARK**

**ANA MARIA VARGAS MUÑOZ**

**LEIDY VIVIANA BECERRA ROA**

**CLAUDIA ROCIO GONZALEZ NEIZA**

**YURLEY XIOMARA CAMARGO CALIXTO**

**JOSE HORACIO DIAZ ROMERO**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE  
NEGOCIOS – ECACEN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
DICIEMBRE 2018**

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL HOTEL SANTA FE  
PARK**

**GRUPO: 101008\_23**

**ANA MARIA VARGAS MUÑOZ CÓDIGO. 1.120.573.672**

**LEIDY VIVIANA BECERRA ROA CÓDIGO: 1.120.354.438**

**CLAUDIA ROCIO GONZALEZ NEIZA CÓDIGO 46673143**

**YURLEY XIOMARA CAMARGO CALIXTO CÓDIGO 1.118.558.367**

**JOSE HORACIO DIAZ ROMERO CODIGO 7.226.400**

**TUTOR**

**OSCAR MAURICIO TEJADA DURAN**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE  
NEGOCIOS – ECACEN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
DICIEMBRE 2018**

## TABLA DE CONTENIDO

|   |           |
|---|-----------|
| RESUMEN.....  | 7         |
| ABSTRACT.....   | 8         |
| INTRODUCCIÓN .....  | 9         |
| OBJETIVOS .....   | 11        |
| Objetivo General.....   | 11        |
| Objetivos Especificos.....  | 11        |
| <b>CAPITULO I</b>   |           |
| <b>1. PROPUESTA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL HOTEL SANTA FE</b>                   |           |
| <b>PARK.....</b>  | <b>12</b> |
| 1.1Propuesta plan de responsabilidad social : .....                                     | 12        |
| 1.2 .direccionamiento estrategico .....   | 12        |
| 1.2.1misión : .....   | 12        |
| 1.2.2 visión . .....  | 12        |
| 1.2.3 valores .....   | 12        |
| 2.Formato evaluacion de desempeño de la empresa.....                                    | 13        |
| 3. Justificacion del plan de responsabilidad . .....                                    | 15        |
| <b>CAPITULO II CODIGO DE CONDUCTA</b>   |           |
| 2.1 .Modelo gerencial . .....   | 15        |
| 2.2Guia e incitaiva aplicada para la construccion del codigo de conducta . .....        | 16        |
| 2.3codigo de conducta de la empresa.....  | 19        |
| 2.4Recursos financieros , decisiones de inversion y objeto del codigo de conducta. .... | 33        |
| <b>CAPITULO III STAKEHOLDERS</b> .....  |           |
| 3.1Breve descripcion de los stakeholders.....   | 35        |
| 3.2Mapa generico de los stakeholders cada uno de los participantes.....                 | 35        |
| 3.3Matriz de relaciones (Influencia Vs Impacto). .....                                  | 38        |
| <b>CAPITULO IV PLAN DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL.....</b>                             |           |
| 4.1.Plan de comunicaciones (stakholders).....   | 47        |
| 4.2.Modelo de informe de gestion . .....  | 48        |

|                    |    |
|--------------------|----|
| CONCLUSIONES ..... | 50 |
| BIBLIOGRAFÍA.....  | 51 |
| ANEXO.....         | 56 |

**LISTA DE TABLAS**

|  |    |
|--|----|
| Tabla No 1. Formato de evaluación Impacto SANTA FE PARK. ....                    | 13 |
| Tabla No 2. Presupuesto implementación del código de conducta.....               | 34 |
| Tabla No 3 Plan de responsabilidad social de la empresa con sus dimensiones..... | 40 |
| Tabla No 4. Plan de comunicación del hotel Santa Fe Park .....                   | 47 |

**LISTA DE FIGURAS**

|  |    |
|--|----|
| Figura N° 1 Mapa genérico .....                                | 35 |
| Figura N° 2 Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto)..... | 38 |

## RESUMEN

El presente trabajo se realizó sobre el hotel Santa Fe Park de Yopal Casanare, del cual se elaboró una evaluación de impacto social, económico y ambiental para identificar los problemas internos y externos de la empresa, y a la vez visualizar el grado de importancia de cada una de las problemáticas encontradas y el efecto positivo y negativo que puede generar a la comunidad. Igualmente se estableció un modelo gerencial para ser aplicado en el hotel Santa Fe Park como también la implementación del código de conducta con los valores corporativos y principios éticos, teniendo en cuenta los aspectos financieros y de inversión de la empresa. También se realizó el mapa genérico de los Stakeholders estableciendo los grupos de interés de gran importancia que tienen influencia interna y externa en el hotel, dándolos a conocer por medio de la matriz de relaciones (influencia vs. Impacto). Este trabajo finaliza con la elaboración del plan de responsabilidad social empresarial teniendo como base los Stakeholders para la implementación de objetivos con sus estrategias y el plazo para su cumplimiento, los recursos a utilizar (humanos, físicos, técnicos), los indicadores a cumplir y el seguimiento a realizar a cada una de las estrategias, igualmente se genera un plan de comunicaciones para cada uno de los involucrados de la empresa con el medio de comunicación que informe la frecuencia del seguimiento a cada dimensión del plan de responsabilidad social empresarial del hotel Santa Fe Park.

### **Palabras Clave**

Responsabilidad social empresarial, ambiental, comunicación, ética, Stakeholders

## **ABSTRACT**

The present work was carried out on the Santa Fe Park hotel of Yopal Casanare, from which an evaluation of social, economic and environmental impact was elaborated to identify the internal and external problems of the company, and at the same time visualize the degree of importance of each of the problems encountered and the positive and negative effect it can generate on the community. A management model was also established to be applied at the Santa Fe Park hotel as well as the implementation of the code of conduct with corporate values and ethical principles, taking into account the financial and investment aspects of the company. The generic map of the Stakeholders was also made, establishing the interest groups of great importance that have internal and external influence in the hotel, making them known through the relationship matrix (influence vs. Impact). This work ends with the elaboration of the corporate social responsibility plan, based on the Stakeholders for the implementation of objectives with their strategies and the deadline for compliance, the resources to be used (human, physical, technical), the indicators to be met and the follow-up on each of the strategies, a communication plan is also generated for each of the company's stakeholders with the communication medium that reports the frequency of monitoring each dimension of the corporate social responsibility plan of the hotel Santa Fe Park.

## **Keywords**

Corporate social responsibility, environmental, communication, ethics, Stakeholders

## INTRODUCCIÓN

El concepto de responsabilidad social empresarial ha ganado posición desde la década de los `90, y a medida que pasaban los años, la concientización de las empresas por este tema ha ido en aumento. Este concepto, ahonda en la idea de que los líderes ya no pueden sólo preocuparse por el aumento de las ventas y ganancias en sus organizaciones, sino que además deben orientar el desarrollo de sus negocios de manera sustentable y rentable, pues a pesar de ser conscientes, muchas empresas todavía no saben cómo liderar con este nuevo concepto en sus negocios; y es allí donde muchas veces realizan acciones desordenadas, sin contar con un objetivo claro, sin apoyarse en una orientación corporativa común, lo cual demuestra un fuerte desalineamiento interno.

La responsabilidad social empresarial (RSE) es el rol que le toca jugar a las empresas a favor del desarrollo sostenible, es decir, entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente; por lo tanto, las empresas tienen la responsabilidad de conocer el entorno en el que operan; proponiendo un modelo de gestión estratégica que ayude tanto al mejoramiento del servicio como a la promoción de la ciudad y al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa; teniendo un claro conocimiento de su entorno organizacional, no solo en términos geográficos, sino en todas las actividades relacionadas directa e indirectamente con la empresa.

Como futuros profesionales, debemos tener el conocimiento necesario para dar solución a problemas internos y externos en una empresa o cualquier ente económico, ya que la administración abarca en ser un gerente efectivo o líder que ayude a todo el desarrollo y cumplimiento de los objetivos y metas de una organización, pues ser un administrador o gerente es involucrarse en cada movimiento de la empresa ya que los problemas siempre vienen de la parte interna de la empresa afectando a toda la compañía en los ámbitos social, económico y ambiental si no estamos pendientes en dar alternativas de solución en el momento que se requiere.

Es por ello que a través de los Stakeholders se puede identificar los actores que tienen alto impacto e influencia en el desarrollo y crecimiento de una organización para el logro de las

metas, objetivos y estrategias planteadas dentro de la organización, teniendo claro que una empresa también depende de factores externos que se deben de cuidar y prevalecer en un ámbito de buenas relaciones, ya que también pueden influir en variables que ayuden o afecten el proceso de evolución y crecimiento corporativo de una empresa.

## 1. OBJETIVOS

### **Objetivo General**

Incorporar en la gerencia organizacional la práctica de la responsabilidad social empresarial que permita el incremento de la generación de valor a la empresa, identificando así los actores internos, externos y su influencia e impacto de acuerdo a la integración del mapa genérico Stakeholders y la Matriz de Relaciones.

### **Objetivos Específicos**

- Proponer una empresa del entorno con su direccionamiento estratégico
- Redactar el código de conducta de la empresa seleccionada. hotel Santa Fe park
- Diseñar el mapa genérico de los Stakeholders para la empresa hotel Santa Fe Park
- Construir el plan de responsabilidad social empresarial para el hotel Santa Fe Park
- Socializar el plan de RSE

## **2. PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EMPRESA HOTEL SANTA FE PARK**

### **2.1. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO**

#### **MISION**

Estamos dedicados a la prestación de servicios turísticos. Buscamos superar las expectativas de nuestros clientes; brindándoles servicios de alta calidad, con una infraestructura buena, personal capacitado y competente. Nuestra cultura empresarial está enfocada en el respeto y apoyo a nuestra gente, a su cultura; y en el cuidado de nuestros recursos y el medio ambiente.

#### **VISION**

Ser una empresa líder en el sector turismo, comprometida con el desarrollo sostenible del turismo. Operando mediante un sistema de gestión de calidad, asegurando la rentabilidad responsable.

#### **VALORES CORPORATIVOS**

- ❖ Calidad y calidez
- ❖ Responsabilidad y honestidad
- ❖ Manejamos una cultura de alta calidad y mejora continua.
- ❖ Desarrollamos trabajo en equipo.
- ❖ Respeto por lo que hacemos y con quien lo hacemos.
- ❖ Permanente Innovación.
- ❖ liderazgo.
- ❖ Sostenibilidad de nuestras actividades y procesos.

## 2.2. FORMATO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LA EMPRESA SELECCIONADA

*Tabla No 1, Evaluación de desempeño del hotel Santa Fe Park*

**Formato de Evaluación Impacto SANTA FE PARK de Yopal Casanare.**

| <b>Formato de Evaluación Impacto SANTA FE PARK de Yopal Casanare.</b> |  |                |   |
|---|--|----------------|---|
|   | <b>Problema</b>  | <b>Impacto</b> | <b>Prioridad atención (alta, media, baja)</b> |
| <b>Económico</b>  | <p><b>Interno:</b> Utilidades del hotel en estado medio-bajo, altos niveles de gastos, mano de obra costosa y falta de convenios con entidades públicas y privadas de la zona Yopal, Casanare.</p> <hr/> <p>Externo: deficiencia por parte de las entidades gubernamentales en la implementación del turismo para esta zona del país, servicios públicos y mano de obra costosa.</p>   | Negativo       | Alta  |
| <b>Social:</b>  | <p><b>Interno:</b> Disminución en los procesos de contratación de personal calificado en la prestación de los servicios del hotel por ser una mano de obra costosa, y por el tipo de los clientes que se hospedan quienes son jóvenes en competencias deportivas, y clientes uno a uno que van de pasada por esta zona del país. Falta de capacitación turística por parte del personal que administra el hotel.</p> <hr/> <p><b>Externo:</b> Inconformidad por parte de los clientes vip o de estrato alto que al visitar la zona</p> | Negativo       | Media   |

---

el hotel no cuenta con las instalaciones, ni el personal adecuado como en otras zonas del país más turísticas como la costa atlántica.

---

|                |  |              |      |
|----------------|--|--------------|------|
| <b>Ambient</b> | <b>Interno:</b> Malos olores dentro del hotel por problemas de agua en esta zona del país donde pasan hasta 2 días sin el servicio y por ser de clima caliente, los olores son muy fuertes generando malestar e incomodidad a los clientes del hotel y obligando a sus propietarios a invertir en el servicio de agua a través de un carro tanque, servicio que a su vez cubre una necesidad, pero aumenta los costos. Inadecuado manejo de un plan ambiental de residuos reciclables, ya que los desechos de cartón y papel se van a la basura con los desechos higiénicos y de alimentos, pudiendo ser recuperados y reciclados. | Negati<br>vo | Alta |
|----------------|--|--------------|------|

---

**Externo:** No hay conciencia por parte de los clientes que visitan el hotel en cuanto al adecuado manejo de los servicios de agua y energía que en muchas ocasiones incrementando el valor de los servicios públicos por el desperdicio afectando al planeta ambientalmente.

---

*En la tabla 1 se analiza las tres perspectivas que son lo económico, social y ambiental, dando a conocer aspecto interno y externo de la organización, estableciendo un diagnóstico de análisis para verificar las problemáticas de gran impacto que está afectando la estabilidad organizacional de la empresa.*

**Fuente:** Elaboración propia

## 2.3. JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

La evaluación del desempeño social, económico y ambiental de una empresa es fundamental para un adecuado crecimiento de la misma, en medio de un mercado competitivo y globalizado, donde la gerencia administrativa debe trabajar constantemente en busca de la excelencia y el reconocimiento de sus clientes por medio de voz a voz. Por ende, seleccionamos la empresa hotel santa fe park para trabajar en las problemáticas que presenta en el momento, enfatizando el área económica y ambiental siendo esta una de las de mayor prioridad, y buscando entre muchas cosas la capacitación constante de sus empleados y de la administración para sobresalir como uno de los mejores hoteles de esta zona del país.

Es pertinente evaluar el desempeño de la empresa escogida en este caso Santa fe Park con el fin de transferir los conocimientos adquiridos por los futuros profesionales permitiendo que dicha empresa cuente con una responsabilidad social que le permita tener estabilidad económica, sostenimiento y desarrollo a la región.

Cada empresa debe contar con un amplio sentido de responsabilidad social que le permita tener gran sostenimiento económico y a su vez brindar a su entorno desarrollo económico y conservación ambiental, como es el caso del hotel Santa fe Park, concientizar a su distinguida clientela, como a sus empleados y directivos de la responsabilidad ambiental y los resultados de la evaluación de desempeño según corresponda.

## 3. CÓDIGO DE CONDUCTA

### 3.1. Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción

El modelo gerencial seleccionado para el hotel Santa Fe Park es el **EMPOWERMENT Empoderamiento**, el cual es un proceso estratégico que busca una relación de socios entre la organización y su gente, aumentar la confianza responsabilidad autoridad y compromiso para servir mejor al cliente, siendo muy específico para el hotel teniendo en cuenta que vende un servicio.

**En que se basa este modelo gerencial.** Este modelo se basa en grupos de trabajo con empleados responsables de un producto, servicio que comparten el liderazgo colaboran en el

mejoramiento del proceso del trabajo planean y toman decisiones relacionadas con el método de trabajo.

### **Características de equipos con Empowerment:**

- Se comparten el liderazgo y las tareas administrativas
- Los miembros tienen facultad para evaluar y mejorar la calidad del desempeño y el proceso de información.
- El equipo proporciona ideas para la estrategia de negocios.
- Son comprometidos flexibles y creativos.
- Coordinan e intercambian con otros equipos y organizaciones.
- Se mejora la honestidad las relaciones con los demás y la confianza.
- Tienen una actitud positiva y son entusiasta.

### **3.2. Guía E Iniciativa Mundial Aplicada Para La Construcción Del Código De Conducta.**

La guía mundial aplicada para la construcción del código de ética y conducta del hotel Santa Fe Park es el consorcio ecuatoriano para la responsabilidad social – CERES- una organización privada sin fines de lucro, compuesta por empresas, fundaciones empresariales, ONG, universidades y entidades del sector público que buscan promover el concepto y las prácticas de responsabilidad social y están comprometidas en llevar su gestión a un nivel de superior.

CERES busca involucrar, sensibilizar y apoyar a las empresas a dirigir sus negocios de manera socialmente responsable, para que ellas se transformen en movilizadoras de una sociedad más justa y sostenible. Por ello, CERES es la entidad nacional que gestiona conocimiento e investigación sobre la gestión de la responsabilidad social.

#### **Informe previo a la elaboración del código de ética y/o conducta**

A continuación, se da a conocer un informe previo de las pautas a tener en cuenta en la elaboración del código de ética y/o para el hotel Santa Fe Park;

#### **Decisión de la alta dirección**

La alta gerencia de hotel Santa Fe Park toma la decisión de crear el código de ética para establecer los lineamientos sociales, ambientales, laborales, profesionales y comportamientos que

se deben en cuenta ante todas las actividades de la empresa, en donde todas las áreas se verán involucradas para la realización de dichas normas y compromisos.

### **A quien aplica**

Este código de conducta aplica a todo el personal que labora en el hotel Santa Fe Park y al mismo tiempo a las personas externas como los proveedores y demás que tengan relación con la empresa.

### **Conformación del equipo**

Para la realización del código de conducta del hotel Santa Fe Park, tendrá los siguientes responsables para su elaboración, aprobación y ejecución;

**Alta gerencia – gerente general:** Estipulará los días para la realización del código de conducta del hotel Santa Fe Park, con la orientación de un abogado con especialidad en el campo laboral.

**Alta gerencia – área administrativa – abogado:** Se estipulará los días para la revisión previa y aprobación del código de conducta del hotel Santa Fe Park

**Alta gerencia – área administrativa:** Al ser aprobado y avalado el código de conducta del hotel Santa Fe Park por el abogado y alta gerencia, el área administrativa deberá transmitir dicha información a todo el personal de la empresa para que conozcan los valores corporativos y los lineamientos éticos, laborales, sociales, ambientales, etc. del hotel.

### **Instancias de sensibilización y participación**

Alta gerencia por medio de talleres de sensibilización integrará a cada uno de los colaboradores del hotel Santa Fe Park, en donde el líder de la empresa, en este caso el gerente dará a conocer de manera práctica y concreta los valores corporativos y la cultura empresarial de la compañía, el cual incentive a cada persona a que participe dando su opinión sobre situaciones que se hayan dado o que se puedan presentar en determinado momento en la empresa, y de cómo se podría actuar para mejorar dicha situación para beneficio de la misma, en donde tenga claro el

respeto e integridad por los mismos compañeros, clientes, proveedores y demás personal que esté involucrado con el hotel.

### **Recopilación de insumos y redacción provisoria**

- ✓ El gerente general y demás integrantes que han apoyado a la redacción del código de conducta del hotel Santa Fe Park tendrán las mismas facultades para para redactar los contenidos e insumos que conformarán cada uno de los lineamientos del código de ética del hotel, y para esto deberán de tener en cuenta lo siguiente;
- ✓ El documento debe de estar con un lenguaje claro y practico que facilite su comprensión y entendimiento con fácil acceso a esta información para quienes va dirigido.
- ✓ El código de conducta debe de estar respaldado por manuales de política, instrumentos gerenciales, tales como las norma técnica sectorial colombiana NTSH 013 del 29 de abril del 2016 en donde da a conocer los requisitos y reglamentos que debe de tener un establecimiento de servicio de hospedaje para su funcionamiento de acuerdo al artículo 69 de la Ley 300 de 1996 del el ministerio de comercio, industria y turismo y al decreto 1595 de 2015 del ministerio de desarrollo económico del instituto Colombiano de normas técnicas y certificación (ICONTEC)
- ✓ Se recomienda investigar el sector o asociación al que pertenece el hotel posee algún código específico que se contenga información a incorporar.

### **Consultas Multisectoriales**

El gerente general y su equipo de trabajo del hotel Santa Fe Park, deberán de revisar muy detalladamente la redacción del código de conducta, para verificar los posibles errores encontrados y realizar las correcciones necesarias o anexar más información antes de establecer el documento final.

### **Consulta a peritos**

Al tener el borrador final del documento, el abogado laboral del hotel Santa fe Park lo revisara junto al departamento jurídico y entidades competentes que verifiquen la reacción y términos que sean aptos y fundamentados, con la validación de argumentos que cumplan y complementen la redacción del código de conducta de la empresa.

### 3.3. CÓDIGO DE CONDUCTA DEL HOTEL SANTA FE PARK

#### INTRODUCCIÓN

De acuerdo a los valores corporativos y la cultura empresarial del hotel Santa Fe Park, se enfatiza en crear su código de conducta y/o ética con el fin de resaltar la integridad, las normas, su estructura organizacional y las buenas relaciones que tiene la compañía con sus colaboradores, clientes, proveedores y demás entes empresariales, siempre actuando con el mayor respeto en la ética personal y corporativa de la empresa.

El hotel Santa Fe Park busca con la implementación del código de ética orientar en la actuación y la conducta a cada uno de sus colaboradores en relaciones interpersonales, basadas en una sana convivencia mediante los valores y principios que tiene la empresa, esto con el fin de contribuir a mejores prácticas de responsabilidad social dentro y fuera de la organización.

**Nuestro código de ética y conducta en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 1º de la ley 1336 de 2009, y resolución 3840 de 2.009 hotel Santa Fe Park ha elaborado el código de conducta. Los compromisos consagrados en este código de ética y conducta son:**

- Abstenerse de ofrecer en los programas de promoción turística planes de explotación sexual de niños, niñas y adolescentes.
- No es posible por ningún motivo que el personal del hotel de información a turistas, acerca de lugares desde donde se coordinen o donde practique explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.
- Impedir el ingreso de niños, niñas y adolescentes al hotel, con fines de explotación o de abuso sexual.
- Adoptar las medidas tendientes a impedir que el personal vinculado a cualquier título con la empresa, ofrezca servicios turísticos que permitan actividad sexual con niños, niñas y adolescentes.
- Proteger a los niños, niñas y adolescentes nacionales o extranjeros de toda forma de explotación y violencia sexual originada por turistas nacionales o extranjeros.

- Denunciar ante el ministerio de comercio, industria y turismo y demás autoridades competentes, los hechos de que hubiere tenido conocimiento por cualquier medio, así como la sospecha de estos, relacionados con explotación sexual de niños, niñas y adolescentes y asegurar que al interior del hotel existan canales para denunciar ante las autoridades competentes tales hechos.
- Los empleados que no cumplan con este código de conducta están sujetos a la aplicación de medidas disciplinarias incluyendo la terminación de relaciones laborales.

### **CONFIDENCIALIDAD EMPRESARIAL**

El hotel protegerá la información percibida durante la actividad comercial del hotel, los empleados que interviene deberán respetar la legislación sobre protección de datos personales de clientes proveedores y empleados, el manejo de herramientas de apoyo informático se deberán hacer con responsabilidad y de acuerdo a los cargos. Sin extralimitarse en el uso de dicha información actuando acorde a la ley, no deberán utilizar ningún tipo de programa que pueda poner en riesgo la seguridad del sistema del hotel, los dispositivos de seguridad e información que se maneja.

Los empleados firmaran convenio de confidencialidad debido a los datos a que tienen acceso, debido a la susceptibilidad de dicha información no se deberá revelar estos datos de manera verbal, ni escrita o cualquier otro medio o soporte, el incumplimiento de dicha infracción será causal de despido.

En caso de manejar información que se deba sacar del hotel el colaborador deberá devolverla inmediatamente sea culminada la tarea.

Los colaboradores no podrán retirarse del hotel con objetos diferentes a los que ingresaron

Los activos del hotel es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, en donde se busca que cada elemento e información permanezcan en buen estado para su funcionamiento y extensión de tiempo de su vital útil y así evitar gastos que no se requieren en el momento.

## **CONFLICTO DE INTERÉS**

Se considera que existe conflicto de interés en toda aquella situación en la que entren en colisión de forma directa o indirecta, el interés del hotel y el interés personal de alguno de sus colaboradores. Cada uno de nosotros tiene la responsabilidad de resolver los conflictos de interés o aquellos conflictos aparentes para proteger a nuestra empresa y a sus colaboradores. Estos conflictos pueden surgir en el curso de la actividad en la cual los intereses personales podrían comprometer nuestra capacidad para tomar decisiones objetivas y actuar en bien del interés de nuestra empresa y los accionistas. Todos los colaboradores deberán evitar toda situación que pudiera suponer un conflicto entre interés personal y los de la empresa, debiendo abstenerse de representar al hotel, intervenir en la toma de decisiones directa o indirectamente.

Los colaboradores bajo ninguna circunstancia deberán utilizar el nombre o los recursos del hotel Santa Fe Park para conveniencia personal.

Los colaboradores tendrán la información a detalle del código de conducta del hotel para que estén informados y tengan la claridad de las normas internas de la empresa.

Los colaboradores que realicen actividades de trabajo externo deben asegurar que las mismas no generen conflictos en relación a los intereses de la empresa.

No se utilizarán las instalaciones, los recursos o personal del hotel Santa Fe Park para fines que no sean netamente laborales, y se de ser así será con previa autorización de gerencia.

Bajo ninguna circunstancia los colaboradores ingresaran a sus actividades en condiciones de consumo de alcohol, tabaco o cualquier otra sustancia que impida el buen comportamiento y servicio en las áreas de trabajo.

Los colaboradores y personal en general no podrán participar en los sorteos, rifas, juegos o cualquier otra actividad realizada para los clientes.

## **CONDUCTA INTERNA**

- **PRINCIPIOS, RESPONSABILIDADES Y RECEPTORES DEL CÓDIGO DE ÉTICA**

El hotel Santa Fe Park desea brindar un servicio al cliente de excelente calidad con responsabilidad social de manera que le permita seguir creciendo en la actividad económica turística y hotelera, generando un punto de equilibrio y promoviendo el desarrollo económico del hotel y de la región, partiendo desde nuestra misión y visión como empresa.

## **MISION**

Estamos dedicados a la prestación de servicios turísticos. Buscamos superar las expectativas de nuestros clientes; brindándoles servicios de alta calidad, con una infraestructura buena, personal capacitado y competente. Nuestra cultura empresarial está enfocada en el respeto y apoyo a nuestra gente, a su cultura; y en el cuidado de nuestros recursos y el medio ambiente.

## **VISION**

Ser una empresa líder en el sector turismo, comprometida con el desarrollo sostenible del turismo. Operando mediante un sistema de gestión de calidad, asegurando la rentabilidad responsable.

## **VALORES**

- Calidad y calidez plasmada en el servicio al cliente prestado, de manera que el cliente sienta que es hogar de familia con mucha comodidad.
- Responsabilidad y honestidad haciendo referencia al sentido de pertenecía con el hotel ya que el cliente confía sus bienes y servicios al hotel y al personal que allí opera y el hotel confía sus instalaciones y servicios al huésped.
- Manejamos una cultura de alta calidad y mejora continua: El hotel está comprometido con su labor comercial y cultural por esta razón procura brindar innovaciones turístico-culturales que permitan atraer más turismo para dar a conocer su cultura y a su vez innovaciones locativas para mayor comodidad y mejor servicio.

- Desarrollamos trabajo en equipo. El hotel procura fomentar trabajo en equipo con grupos de su interés y la comunidad para brindar un excelente servicio al cliente.
- Respeto por lo que hacemos y con quien lo hacemos. La labor desempeñada por el capital humano que opera en el hotel está enmarcada dentro del respeto para que el trato sea reciproco con sus clientes y proveedores sin importar cuál sea el cargo desempeñado por su personal.
- Permanente Innovación, el hotel en busca de la comodidad de sus clientes siempre está a la vanguardia hotelera y turística.
- Liderazgo, en aras de mantener el puesto número uno en el mercado hotelero, marca la pauta en el servicio y desarrollo económico de la región.
- Sostenibilidad de nuestras actividades y procesos, como el busca el mantiene un manual de protocolo en sus actividades a desarrollar que proveen bienestar a sus clientes, comunidad y al hotel mismo junto con su capital humano operante.

## **PRINCIPIOS**

El hotel cuenta con los principios fundamentales plasmados en el pacto mundial de las naciones unidas:

- La empresa deberá apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente.
- La empresa debe verificar que sus empresas operantes no sean cómplices de la vulneración de los derechos humanos fundamentales.
- La empresa debe apoyar la necesidad de afiliación y reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva
- La empresa no debe apoyar el trabajo infantil.
- La empresa no apoya la realización de trabajo forzoso o bajo coacción.

- La empresa no debe permitir la discriminación en el empleo y la corrupción.
- La empresa está en la obligación de fomentar la responsabilidad socio ambiental
- La empresa debe fomentar entre sus operantes la responsabilidad ambiental.
- La empresa debe procurar el desarrollo de tecnologías basadas en la conciencia y responsabilidad social y ambiental.
- La empresa deberá trabajar en contra de la corrupción en todas sus expresiones, sobornos y extorsiones.
- El hotel Santa Fe Park hará todo lo posible por hacer cumplir el código de ética de la empresa.

❖ **Responsabilidad:** los directivos tienen la obligación de dar a conocer el código de ética a todo el capital humano operante de manera permanente y hacer las correcciones cuando lo ameriten, establecer manual de operaciones dentro de cada una de las áreas del hotel según su cargo y responsabilidad de funciones. Todo el capital humano operante está en la obligación de ajustarse al código de ética del hotel y cumplirlo al pie de la letra combinado con el manual de conducta e informar cualquier anomalía que comprometa el cumplimiento de dicho código.

Las directivas deberán tomar correctivos según corresponda cuando se compromete el cumplimiento del código de ética incluso llegar al despido laboral sin violar sus derechos.

Los colaboradores deberán actuar según lo exige el código de ética del hotel Santa Fe Park amparados en la normatividad y políticas de la empresa según lo exige la ley.

## **FAVORES COMERCIALES**

- **Comportamiento ético y responsable del hotel santa fe park** se compromete a dar cumplimiento al código de ética del hotel con responsabilidad y respetando la ley en el desempeño de las funciones de sus labores profesionales, ni se hará participe en acciones fraudulentas que comprometan el buen nombre del hotel. De igual forma el hotel Promulgara la

honestidad y confianza en el desempeño de sus funciones al igual que sus operantes deben ser honestos y merecedores de la confianza que el hotel deposita en ellos al compartirles información confidencial del hotel y referente a los clientes, empleados y proveedores.

El capital humano operante no deberá recibir regalos, obsequios o beneficios que influyan en el desempeño correcto de sus labores con los clientes y el hotel. De recibir ofertas que obsequios, regalos o beneficios de dicha índole deberán ser comunicadas a sus directivas.

Los directivos y operantes del hotel deberán actuar de manera objetiva sin tomar partido en cualquier negociación ajustándose a las políticas del hotel.

## **CONTRAVENCIONES**

Las contravenciones se pueden tener en cuenta con la manipulación de la información La falsificación, manipulación o utilización deliberada de información falsa constituye un fraude. El hotel asume un principio de comportamiento de transparencia informativa, entendida como el compromiso de transmitir información fiable. Está prohibida toda práctica de corrupción, soborno o pago de comisiones todas sus formas, ya sea por actos u omisiones o mediante la creación o el mantenimiento de situaciones de favor o irregulares con el objetivo de obtener algún beneficio.

Los ascensos o aumento salariales serán por mérito propio del colaborador y avalado por el gerente general y área administrativa del hotel

Está prohibido realizar publicaciones o actividades que atenten contra la integridad o difamación del buen nombre de los colaboradores o la misma empresa.

El colaborador no podrá participar económicamente con empresas que presten servicios al hotel Santa Fe Park, y el llegado el caso de ser así, el gerente deberá estar al tanto de esta actividad y la relación que tiene dicha empresa con el hotel.

Las relaciones comerciales siempre estarán sujetas a las normas que estén vigentes en pro de una responsabilidad social y competitividad transparente ante los otros organismos hoteleros.

## **NEGOCIACIONES**

- **Compromiso con los clientes**

El hotel Santa Fe Park tiene claro que el servicio al cliente es muy importante al momento de satisfacer al cliente por esta razón el hotel trabaja todos los días en su mejoramiento e innovación , brindándole al cliente la información clara, concisa y veraz que le permita al cliente tener su decisión clara ,prevenido perjuicios al cliente , brindándole al cliente todas los posibles planes de acción con el hotel que le permitan al cliente tener la certeza de la honestidad, confianza y calidad del hotel, permitiendo que el cliente tenga la posibilidad de dar a conocer cuáles son sus necesidades y si fueron satisfechas.

El hotel Santa Fe Park se reserva el derecho de rechazar reservas que vayan en contra de las políticas de empresa y código de ética que ponga el peligro el bienestar de sus clientes, empleados y el hotel

- **Compromiso con los proveedores**

El hotel se compromete a conocer a profundidad el comportamiento y prácticas de sus proveedores, verificando que ellos cumplan con sus procedimientos sociales, éticos y medio ambientales para garantizar que su servicio será acorde a la ley y las políticas de la empresa.

Los proveedores deberán cumplir con los principios plasmados por la organización internacional del trabajo y los derechos humanos.

El hotel se reserva el derecho de suspender cualquier convenio con un proveedor que incumpla el código de ética que pueda perjudicar al hotel. Por esta razón se les incluirá en los contratos comerciales el código de ética del hotel.

## **USO DE LA INFORMACIÓN DE LA EMPRESA**

- **Compromiso con el manejo de información**

El hotel protegerá la información percibida durante la actividad comercial del hotel, los empleados que interviene deberán respetar la legislación sobre protección de datos personales de clientes proveedores y empleados, el manejo de herramientas de apoyo informático se deberán hacer con responsabilidad y de acuerdo a los cargos. Sin extralimitarse en el uso de dicha

información actuando acorde a la ley, no deberán utilizar ningún tipo de programa que pueda poner en riesgo la seguridad del sistema del hotel, los dispositivos de seguridad e información que se maneja. Los empleados firmaran convenio de confidencialidad debido a los datos a que tienen acceso, debido a la susceptibilidad de dicha información no se deberá revelar estos datos de manera verbal, ni escrita o cualquier otro medio o soporte, el incumplimiento de dicha infracción será causal de despido. En caso de manejar información que se deba sacar del hotel el empleado deberá devolverla inmediatamente sea culminada la tarea.

Los empleados no podrán retirarse del hotel con objetos diferentes a los que ingresaron.

## **COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS**

- **Compromisos con el capital humano operante del hotel**

El hotel Santa Fe Park se compromete a brindarle a sus empleados un entorno laboral agradable de calidad que les permita desempeñar sus funciones laborales en los diferentes cargos para que ellos a su vez puedan ayudar al hotel a cumplir con los objetivos de la empresa, procurando fomentar la formación profesional y personal capacitado para poder desempeñar sus labores con calidad y excelencia.

En procura del respeto de los derechos de cada persona, evitando el abuso de autoridad, acoso laboral, discriminación y violación de los derechos humanos fundamentales o cualquier otro trato que pueda generar un entorno de trabajo intimidatorio u hostil.

Porque el Hotel Santa Fe Park reconoce los derechos humanos de conformidad con las leyes y prácticas internacionales y los principios promulgados por la organización internacional del trabajo.

El hotel Santa Fe Park tendrá en cuenta las políticas referentes a la selección, contratación, formación y promoción de sus empleados basados en criterios de capacidad, competencia y méritos profesionales, los empleados serán informados de las políticas de evaluación de su trabajo, participando activamente en el mejoramiento de su trabajo, iniciativa y dedicación. Buscando que el empleado se sienta incentivado.

## **CULTURA, SOCIAL Y RELIGIÓN**

- **compromiso con las comunidades y sociedad**

El hotel Santa Fe Park se compromete a asumir con responsabilidad social y ambiental la actividad hotelera y turística de la región promoviendo el desarrollo económico de la región como generador de empleo a la comunidad del entorno.

- **compromiso con el medio ambiente**

El hotel se compromete a proceder de manera responsable con conciencia social durante el desempeño de sus funciones y actividad comercial actuando de acuerdo a los cuidados que requiere el medio ambiente, teniendo en cuenta que el hotel debido a su actividad comercial maneja desperdicios y desechos constantemente, estableciendo trabajo en equipo con los grupos de interés competentes y estrategias de reparación para no dañar el medio ambiente.

## **OBLIGATORIEDAD Y VIGENCIA.**

Este código de conducta será obligatorio y tendrá vigencia con el respectivo aval y aprobación del gerente general del hotel Santa Fe Park, abogado laboral y demás personal involucrado en la redacción de este documento, el cual será estipulado en las actas con fechas, para el funcionamiento y cumplimiento de cada una de ellas o modificaciones llegado el caso sea requerido.

## **GLOSARIO**

- **Ética:** La ética es una rama de la filosofía que se ocupa del estudio racional de la moral, la virtud, el deber, la felicidad y el buen vivir.
- **Normas:** es una regla dirigida a la ordenación del comportamiento humano prescrita por una autoridad cuyo incumplimiento puede llevar aparejado una sanción. Generalmente, impone deberes y confiere derechos.
- **Coerción:** es la amenaza de utilizar la violencia (no solo física sino de cualquier otro tipo) con el objetivo de condicionar el comportamiento de los individuos.

- **Integridad personal:** como cualidad personal, se refiere a la total o amplia gama de aptitudes poseídas. Una persona íntegra es aquella que no se queda en una sola actividad, si no que se mueve por las distintas áreas del conocimiento. Un gran ejemplo de persona íntegra es Leonardo Da Vinci, quien se destacó como pintor artístico, escultor, arquitecto, ingeniero, filósofo, escritor, músico y anatomista. La integridad fue característica en el hombre. Una persona íntegra es aquella que siempre hace lo correcto, al referirnos a hacer lo correcto significa hacer todo aquello que consideramos bien para nosotros y que no afecte los intereses de las demás personas.

- **Calidad:** es una herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que se esté considerando, por ejemplo, la calidad del servicio postal, del servicio dental, del producto, de vida, etc.

- **Dignidad personal:** o «cualidad de digno», deriva del adjetivo latino 'digno y se traduce por «valioso». Hace referencia al valor inherente al ser humano en cuanto ser racional, dotado de libertad y poder creador, pues las personas pueden modelar y mejorar sus vidas mediante la toma de decisiones y el ejercicio de su libertad.

- **Competencia:** El psicólogo está obligado a tener niveles altos de competencia en su trabajo por tanto un buen conocimiento de Ética, incluyendo el código de ética y la integración de los aspectos éticos.

### **Marco Normativo**

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 1º de la ley 1336 de 2009, el ministerio de comercio, industria y turismo ha elaborado un modelo de códigos de conducta, el cual de

acuerdo a lo estipulado en esta ley deberá ser adoptado y cumplido por todos los prestadores de servicios turísticos. Los compromisos consagrados en este código de conducta fueron presentados ante representantes de gremios representativos del sector, quienes hicieron aportes y recomendaciones en reunión adelantada el pasado 21 de octubre de 2009 en las instalaciones del ministerio de comercio, industria y turismo. Atendiendo los aportes recibidos en esta reunión, se redactaron los compromisos mínimos que debe contener el código de conducta que deberán adoptar y cumplir los prestadores de servicios turísticos de la siguiente manera:

- Abstenerse de ofrecer en los programas de promoción turística y en planes turísticos, expresa o subrepticamente, planes de explotación sexual de niños, niñas y adolescentes.
- Abstenerse de dar información a los turistas, directamente o por interpuesta persona acerca de lugares desde donde se coordinen o donde practique explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.
- Abstenerse de conducir a los turistas, directamente o a través de terceros a establecimientos o lugares donde se practique la explotación sexual comercial de niños, niñas, así como conducir a éstos a los sitios donde se encuentran hospedados los turistas, incluso si se trata de lugares localizados en altamar, con fines de explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.
- Abstenerse de facilitar vehículos en rutas turísticas con fines de explotación o de abuso sexual con niños, niñas y adolescentes.
- Impedir el ingreso de niños, niñas y adolescentes a los hoteles o lugares de alojamiento y hospedaje, bares, negocios similares y demás establecimientos en los que se presten servicios turísticos, con fines de explotación o de abuso sexual.
- Adoptar las medidas tendientes a impedir que el personal vinculado a cualquier título con la empresa, ofrezca servicios turísticos que permitan actividad sexual con niños, niñas y adolescentes.
- Proteger a los niños, niñas y adolescentes nacionales o extranjeros de toda forma de explotación y violencia sexual originada por turistas nacionales o extranjeros.

- Denunciar ante el ministerio de comercio, industria y turismo y demás autoridades competentes, los hechos de que hubiere tenido conocimiento por cualquier medio, así como la sospecha de estos, relacionados con explotación sexual de niños, niñas y adolescentes y asegurar que al interior de la empresa existan canales para denunciar ante las autoridades competentes tales hechos.
- Diseñar y divulgar al interior de la empresa y con sus proveedores de bienes y servicios, una política en la que el prestador establezca medidas para prevenir y contrarrestar toda forma de explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en viajes y turismo.
- Capacitar a todo el personal vinculado y que vaya vinculando a la empresa, así como a los proveedores que por la naturaleza de sus actividades tengan contacto con turistas, frente al tema de prevención de la explotación sexual comercial de niños, niño y adolescente.
- Informar a sus usuarios sobre las consecuencias legales en Colombia de la explotación y el abuso sexual de niños, niñas y adolescentes.
- Fijar en lugar público y visible del establecimiento o establecimientos de comercio el presente código de conducta y los demás compromisos que el prestador desee asumir con el fin de proteger a los niños, niñas y adolescentes.

### **Capacitación**

El hotel Santa fe Park promoverá el desarrollo personal y profesional de sus colaboradores, fomentando su implicación en la mejora de sus propias capacidades y competencias. Uno de los pasos más importantes es que todos los empleados y socios deben completar la formación anual, asociadas con este Código y las políticas de la empresa. Los trabajadores serán informados de las políticas de evaluación de su trabajo y participarán activamente en pro de mejorar su trabajo, iniciativa y dedicación.

### **Obligatoriedad y Vigencia**

El presente código de ética y conducta del hotel SANTA FE PARK regirá a partir del primero de octubre del año 2018 y continuará de manera indefinida para todos sus empleados. Quienes no cumplan con este código de conducta están sujetos a la aplicación de medidas disciplinarias incluyendo la terminación de relaciones laborales.

### **Acta de Compromiso**

En este documento el hotel Santa fe Park tiene como objetivo plasmar los valores, principios y normas que rigen el comportamiento y acciones del capital humano que el laboran, también aplica para sus clientes, proveedores y personal que opera para el hotel. Garantizando que el uso de este código de ética sea de uso confidencial. Procurando la calidad, excelencia y profesionalismo en el servicio prestado por el hotel y quien lo recibe; el cual entra en vigencia aprobada por el hotel Santa Fe Park. En el hotel san fe Park prestantos nuestros servicios con profesionalismo e integridad. Trabajamos en equipo y reflexionamos acerca del impacto económico, social y ambiental de nuestras acciones. Actuamos de manera socialmente responsable en toda nuestra gestión empresarial, promoviendo buenas prácticas, dentro y fuera de la empresa.

Nuestro compromiso y responsabilidad de actuación frente a todas nuestras relaciones de trabajo, están en concordancia con nuestros valores y nuestra política de calidad. Que a partir de ahora están en este código de ética y conducta.

1. Actuar con integridad, honestidad y lealtad en todas nuestras relaciones de trabajo, tanto al interior como ante la sociedad.
2. Cumplir con nuestra política de calidad de ofrecer a nuestros huéspedes un ambiente de tranquilidad en donde el servicio es nuestra prioridad, mejorando día a día.
3. Mantener una conducta ética y respetuosa con nuestros grupos de interés y con el medio ambiente.
4. Velar por la promoción de negociaciones enmarcada en el cumplimiento de las leyes y reglamentos que regulen la actividad empresarial.

En el hotel Santa Fe Park nos aseguramos que nuestros huéspedes reciban un servicio personalizado en un ambiente de tranquilidad. Cuidando esmeradamente la higiene en nuestros servicios.

### **3.4. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta**

El hotel se rige por el respeto por la ley en el desarrollo de sus labores profesionales, por lo que ningún colaborador de la empresa violará la ley, tanto nacional como internacional, y tampoco cooperará con terceros en acciones u omisiones que comprometan el principio de legalidad o puedan dañar la reputación de la empresa.

El hotel valorará y promulgará la honestidad y la confianza en todas sus labores y operaciones. Sus colaboradores deberán ser honestos y dignos de confianza en todas las negociaciones en las que haya intereses del hotel en juego, y cumplirán con los compromisos adquiridos.

#### **Inversiones**

La gestión y administración de las inversiones financieras que son objeto del presente código, han de llevarse a cabo con responsabilidad y eficacia y de acuerdo con el siguiente procedimiento:

**1. Decisiones de inversión:** de acuerdo con los estatutos para la conformación del hotel se debe tomar las decisiones de inversión previstas en este código. Para lo cual los miembros que lo conforman podrán decidir la contratación del asesoramiento profesional de terceros, que, a su juicio, ofrezcan suficientes garantías de competencia profesional e independencia.

**2. Ejecución de las órdenes de inversión:** corresponde la ejecución de las órdenes de inversión, sean compras, suscripciones, ventas o reembolsos, previamente acordadas por los dueños del hotel.

**3. Gestión:** La gestión de las inversiones financieras se efectuará a través de intermediarios del sistema financiero con solvencia y seguridad acreditadas ya sea bancos o terceros que inviertan con acciones para realizar el objetivo del hotel

**4. Documentación:** Todas las operaciones sometidas al presente código, serán soportadas por la documentación legalizada por el gerente o las personas que conformen la sociedad

**5. Informe anual:** se debe llevar a cabo la rendición de cuentas ya sea trimestral o semestral ya sea como lo requiera la junta directiva o la sociedad con los accionistas se debe entregar informes dando cumplimiento al código de conducta de las inversiones financieras en el ejercicio, que será aprobado por el gerente o la persona encargada , y en el que se informará con transparencia y claridad de las operaciones realizadas en que se hayan separado de las recomendaciones contenidas en este código de ética .

*Tabla N° 2, Presupuesto para la implementación del código de conducta del hotel Santa Fe Park*

| <b>RECURSOS FINANCIEROS</b>  |  |                  |
|------------------------------|--|------------------|
| <b>ACTIVIDAD</b>             | <b>DESCRIPCIÓN</b>   | <b>VALOR</b>     |
| Asesoría Jurídica            | Honorarios de consulta y verificación de ámbitos normativos y código de conducta del hotel                                       | \$<br>900.000,00 |
| Gastos Notariales y Registro | Pagos de actualización de industria y comercio, cámara de comercio y demás gastos de actualización a las entidades requeridas    | \$<br>500.000,00 |
| Papelería e Impresiones      | Gastos de papelería en actualización, elaboración del código de conducta, carteleras informativas y demás elementos de papelería | \$<br>400.000,00 |
| Imprevistos                  | Gastos no presupuestados o agendados   | \$<br>600.000,00 |
| Talleres                     | Talleres de presentación del código de conducta a todos los colaboradores  | \$<br>200.000,00 |
| Cafetería y Refrigerio       | Gastos de refrigerio y cafetería en los talleres de presentación del código de conducta  | \$<br>100.000,00 |

|                    |   |                            |
|--------------------|---|----------------------------|
| Incentivos         | Motivaciones a colaboradores por el compromiso y cumplimientos de metas | \$<br>1.200.000,00         |
| <b>Valor Total</b> |   | <b>\$<br/>3.900.000,00</b> |

En la tabla 2 se establece cuáles son los costos de los posibles rubros que intervienen en las estrategias a establecer para dar una posible solución al problema que interviene a la empresa en estudio para mejorar la problemática que no permite la fluidez de la gestión organizacional

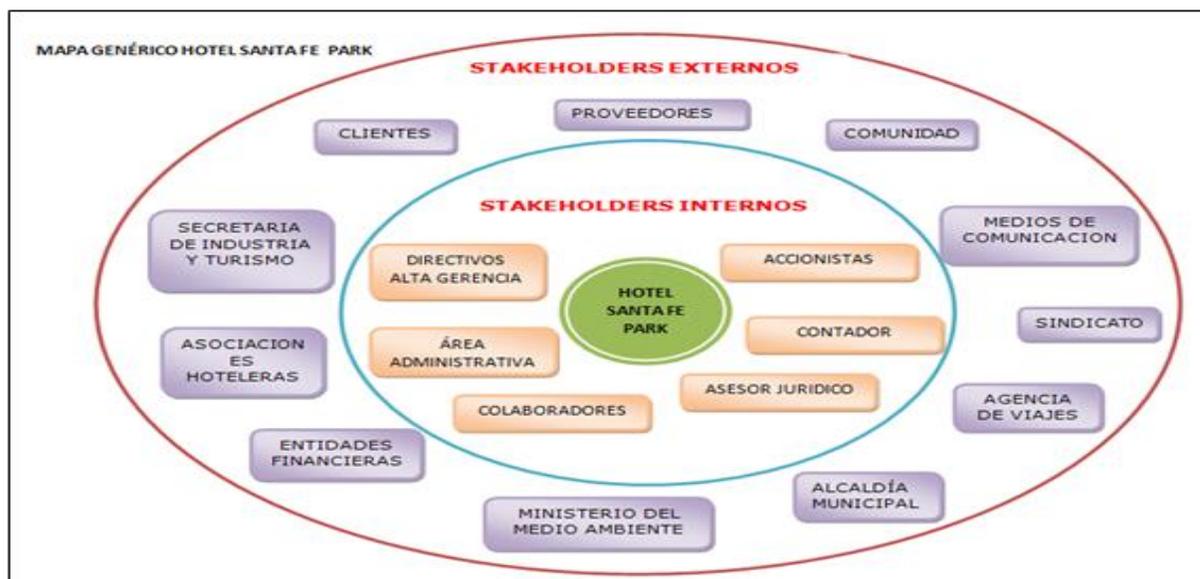
*Fuente: Elaboración Propia*

## 4. STAKEHOLDERS

### 4.1. Breve descripción de los Stakeholders

Los Stakeholders son todos los involucrados que tienen relación con las actividades y decisiones de la empresa para contribuir de forma directa o indirecta al buen funcionamiento de la misma en donde son partícipes los gerentes, empleados o colaboradores, proveedores, clientes, comunidad, el gobierno o alcaldías, etc., siendo estos actores determinantes para el futuro del éxito de cualquier organización.

### 4.2. Figura N° 1, Mapa genérico de Stakeholders del hotel Santa Fe Park



En la figura 1, se da a conocer todos los Involucrados internos y externos del Hotel Santa Fe Park

*Fuente: Elaboración Propia*

De acuerdo a los actores relacionados en el mapa Genérico del Hotel Santa Fe Park, tiene a su favor varios interesados que ayudan a contribuir a su desarrollo y permanencia en el mercado hotelero, pero también tiene varios interesados que se debe tener cuidado en no romper las relaciones comerciales y tenerlos informados ante cualquier eventualidad, ya que pueden causar un impacto negativo para la empresa.

En Primera Instancia están los grupos Internos que son de gran importancia para el buen funcionamiento mediante las decisiones y aportes realizados al Hotel para su beneficio, desarrollo y sostenibilidad generando un impacto positivo, dentro de este grupo tenemos;

**Directivos Alta Gerencia:** Establecen y fomentan las estrategias, metas, objetivos y valores corporativos para la empresa, dando a conocer la responsabilidad social dentro y fuera del hotel para logro de un bienestar mutuo y equitativo

**Área Administrativa:** Va de mano con los directivos, pues de esta área depende el desarrollo de procesos internos y externos de la empresa y su buen funcionamiento corporativo

**Accionistas:** Son los integrantes (gerente – propietarios) que han aportado económicamente para el mejoramiento de infraestructura y suplir los recursos con los que no cuenta la empresa

**Colaboradores:** Al igual que el gerente y accionistas son también de vital importancia para el buen funcionamiento del hotel, pues ellos son la muestra de la calidad del servicio ofrecido a los clientes, por ende deben de estar altamente capacitados y motivados para que transmitan ese valor corporativo los clientes personal externo de la empresa.

**Contador:** Actor encargado de velar por el buen funcionamiento y estabilidad financiera del Hotel en todos sus ámbitos corporativos.

**Asesor Jurídico:** Se asegura que todo el ámbito normativo este acorde a las entidades de control hotelera, igualmente velar que el código de conducta se esté cumpliendo a los estatutos establecidos dentro de la empresa.

En segunda instancia están los grupos que son externos y no tienen participación directa con el Hotel, pero también influyen positiva o negativamente con el desarrollo y crecimiento de la empresa, pues se debe tener buenas relaciones comerciales y de comunicación para que no se incurra en un impacto negativo ante estos actores, dentro de este grupo tenemos;

**Clientes:** Son uno de los factores más importantes de la empresa, pues de ellos depende en gran parte la sostenibilidad y funcionamiento del hotel, ya que, al prestarles un servicio, esto se remunera económicamente y al mismo tiempo aumenta la credibilidad y la segmentación de clientes potenciales.

**Proveedores:** Es de gran importancia contar con un actor que proporcione productos de calidad y durabilidad y que no incurra en gastos innecesarios por materiales de mala calidad o quejas de los mismos clientes.

**Comunidad:** La responsabilidad social para este actor es de gran importancia, ya que el hotel logra generar fuentes de empleo a toda la comunidad, en donde al mismo tiempo fomenta al mejoramiento de la salud y cuidado del medio ambiente a través del ministerio del medio ambiente y demás entes que den a conocer el turismo y recreación que puede ofrecer la comunidad en general a través del compromiso adquirido por el Hotel.

**Secretaría de industria y turismo:** Regula y controla el ámbito económico y gestión de los recursos humanos del departamento de acuerdo al cumplimiento de las normas por parte de los hoteles que prestan los servicios de hospedaje y turismo.

**Asociaciones Hoteleras:** Es el conjunto de hoteles que se agrupan para lograr una mayor rentabilidad y poder de participación en el mercado por medio de fijación de precios justos y evitar la competencia desleal.

**Entidades Financieras:** Entes económicos que aportan una contribución monetaria al hotel por medio de préstamos u otras obligaciones financieras para su actividad comercial

**Ministerio del medio ambiente:** Ente regulador del cuidado y protección del medio ambiente, en el que el hotel debe de cumplir a cabalidad para prestar los servicios de hospedaje y turismo.

**Medios de comunicación:** Por medio de emisoras, periódicos, redes sociales y demás fuentes de información que utiliza el hotel para dar a conocer sus servicios.

**Sindicatos:** Grupos de colaboradores que velan por el cumplimiento de los derechos y deberes de los trabajadores para proporcionar un buen servicio.

**Agencia de viajes:** Fuentes de apoyo que utiliza el hotel para dar conocer el hotel y los servicios que ofrece a través de estas agencias.

**Alcaldía Municipal:** Ente regulador que recauda y gestiona los dineros obtenidos por las diferentes empresas para invertirlos en obras sociales y mejoramiento del propio municipio.

#### 4.4. Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders (actores) identificados.

*Figura 2. Matriz de Relaciones*

#### Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) Hotel Santa Fe Park



En la figura 2 se da conocer la matriz con el nivel de impacto que tiene cada Stakeholders en el Hotel Santa Fe Park

*Fuente: Elaboración Propia*

De acuerdo a la Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) del hotel Santa Fe Park, los actores más representativos son los que aparecen de color lila en la matriz, ya que de ellos depende la toma de decisiones, los valores corporativos, el crecimiento en el mercado de acuerdo a las inversiones realizadas, la prestación del buen servicio con calidad y eficiencia, al igual quienes reciben dicha atención y el nivel de satisfacción, y la forma de darlo a conocer ante futuros clientes y la competencia. Estos actores son de suma importancia para la sostenibilidad corporativa interna y externa de la empresa.

Igualmente en la matriz en el cuadro de color verde nos da a conocer los actores que tienen un alto impacto con una baja influencia, en los cuales se debe prestar una gran atención y cuidado pues al no hacerlo puede ocasionar factores negativos para el hotel, en donde es de vital importancia realizar las gestiones pertinentes de acuerdo a las normatividades exigidas por los diferentes organismos de control y vigilancia.

El cuadro azul de la matriz se evidencia los actores con bajo impacto y baja influencia, en donde también se debe tener importancia de acuerdo a las normatividades y nuevos cambios que establezcan y acatar dichas novedades dentro del hotel.

Y por último en el cuadro naranja se ven los actores con bajo impacto pero que tiene alta influencia para el desarrollo del hotel, los cuales servirán de gran apoyo siempre y cuando el hotel los mantenga informados de las novedades que se presenten y del interés en la responsabilidad social ante la comunidad en general y el medio ambiente.

## 5. PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

5.1. Tabla No 3. Plan de responsabilidad social de la empresa con sus dimensiones

### PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL HOTEL SANTA FE PARK

| Dimensión | Stakeholders                       | Objetivo  | Estrategia  | Plazo   | Recursos (físicos, humanos, técnicos) | Indicador  | Seguimiento  |   |
|-----------|------------------------------------|---|---|---|---------------------------------------|--|--|---|
| Económica | Valor<br>es<br>y<br>coherenci<br>a | Código<br>de ética<br>empresa   | Fomentar la<br>implementación<br>del código de<br>ética de la<br>empresa  | Capacitar al<br>personal de Pro<br>cargo en el código<br>de ética<br>incluyendo a las<br>directivas   | 3<br>meses                            | Físicos: Auditorio o sala de<br>reuniones, papelería, Material impreso<br>de apoyo, Hoja de asistencia<br>Humanos: Asesores y trabajadores.<br>Técnicos: Herramientas de apoyo<br>visual, computador, medios de<br>comunicación.   | Número de<br>empleados que aplican el<br>código de ética de la<br>empresa / número de<br>empleados de la<br>empresa*100      | Cada mes,<br>planillas de<br>capacitación y<br>evaluaciones.                          |
|           | Gobier<br>no<br>corporativ<br>o    | del gobierno<br>corporativo y la<br>forma como<br>están<br>distribuidos los<br>cargos | Definir las<br>funciones<br>del gobierno<br>corporativo y la<br>forma como<br>están<br>distribuidos los<br>cargos | Difundir a<br>todos los<br>empleados a<br>través del correo<br>electrónico las<br>funciones del<br>gobierno<br>corporativo y la<br>distribución de los<br>cargos. | 1<br>mes                              | Físicos: Auditorio o sala de<br>reuniones, papelería, Material impreso<br>de apoyo, Hoja de asistencia<br>Humanos: Asesores y trabajadores.<br>Técnicos: Herramientas de apoyo<br>visual<br>Computador, medios de<br>comunicación. | Número de<br>empleados que aplican el<br>gobierno corporativo de<br>la empresa / número de<br>empleados de la<br>empresa*100 | Quincenalmen<br>te en informe de<br>evaluaciones<br>envidas al correo<br>corporativo. |

|   |  |  |         |   |   |   |
|---|--|--|---------|---|---|---|
| Relaciones leales con la competencia.     | Establecer protocolos de relación con la competencia                   | Aplicar el protocolo establecido por la empresa en la relación con la competencia. | 6 meses | Físicos: Auditorio o sala de reuniones, papelería, Material impreso de apoyo, Hoja de asistencia, planillas de evolución.<br>Humanos: Asesores y trabajadores.<br>Técnicos: Herramientas de apoyo visual, computador, medios de comunicación. | Número de empleados que aplican el protocolos de relación con la competencia / número de empleados de la empresa*100                              | Trimestral, planillas de capacitación y evaluaciones.             |
| Seguridad e higiene pública o interna     | Identificados los riesgos laborales propios de la actividad económica. | dictan charlas informativas para prevenir accidentes                               | 4 meses | Físicos: Auditorio o sala de reuniones, papelería, Material impreso de apoyo, Hoja de asistencia<br>Humanos: Asesores y trabajadores.<br>Técnicos: Herramientas de apoyo visual Computador, medios de comunicación.                           | Número de empleados que conocen los riesgos laborales propios de la actividad económica y como prevenirlos/ número de empleados de la empresa*100 | Cada mes con planillas de asistencia y evaluaciones.              |
| Conciliación vida personal y vida laboral | Implementar un plan de prácticas o política de conciliación            | realizan actividades de esparcimiento en la cual se integran trabajadores y su     | 6 meses | Físicos: Auditorio o sala de reuniones, papelería, Material impreso de apoyo, Hoja de asistencia<br>Humanos: Asesores y trabajadores.<br>Técnicos: Herramientas de apoyo  | Número de empleados que se encuentran satisfechos con el plan de prácticas de conciliación vida   | Trimestral, planillas de asistencia y encuestas de satisfacción a |

|                         |   |   |            |  |   |   |   |
|-------------------------|---|---|------------|--|---|---|---|
|                         | vida familiar y laboral para los trabajadores.  | familia   |            | visual   | Computador, medios de comunicación.   | familiar aplicado por la empresa / número de empleados de la empresa*100  | empleados con respecto a las actividades desarrolladas. |
| Políticas de beneficios | Establecer una política de bienes orientada a mejorar la calidad de vida y bienestar de los trabajadores    | Difundir a todos los empleados a través del correo electrónico la política de bienes orientada a mejorar la calidad de vida y bienestar de los trabajadores | 6 meses    | Físicos: Auditorio o sala de reuniones, papelería, Material impreso de apoyo, Hoja de asistencia<br>Humanos: Asesores y trabajadores.<br>Técnicos: Herramientas de apoyo visual, computador, medios de comunicación.   | Número de empleados satisfechos con la política de bienes orientada a mejorar la calidad de vida y bienestar de los trabajadores / número de empleados de la empresa*100        | Trimestral, planillas de asistencia y encuestas de satisfacción a empleados con respecto a las actividades desarrolladas. |   |
| Proveedores laborales   | Aspectos laborales que no contratan proveedores que utilicen formas de discriminación con sus trabajadores. | Desarrollar evaluaciones de discriminación para cada uno de los proveedores del hotel   | Trimestral | Físicos: Auditorio o sala de reuniones, papelería, Material impreso de apoyo, Hoja de asistencia<br>Humanos: Asesores y trabajadores.<br>Técnicos: Herramientas de apoyo visual<br>Computador, medios de comunicación. | Número de proveedores contratados que no utilizan discriminación con sus trabajadores / Número de proveedores contratados que utilizan discriminación con sus trabajadores *100 | Cada mes con Planillas de evaluación en la subcontratación y supervisión de los proveedores                               |   |

|  |   |  |  |  |  |  |  |   |
|--|---|--|--|--|--|--|--|---|
|  | Subcon<br>tratación                         | No contratar<br>proveedores<br>que trabajen con<br>mano de obra<br>infantil, | Tener siempre<br>en cuenta las<br>disposiciones en<br>materia legal de<br>proveedores. | Tri<br>mestral   | Físicos: Auditorio o sala de<br>reuniones, papelería, Material impreso<br>de apoyo, Hoja de asistencia<br>Humanos: Asesores, trabajadores y<br>proveedores.<br>Técnicos: Herramientas de apoyo<br>visual<br>Computador, medios de<br>comunicación. | Número de<br>proveedores contratados<br>que no trabajan con<br>mano de obra infantil /<br>Número de proveedores<br>contratados que trabajan<br>con mano de obra<br>infantil *100   | Cada mes con<br>Planillas de<br>evaluación en la<br>subcontratación y<br>supervisión de los<br>proveedores.  |   |
|  | Relaci<br>ón con<br>los<br>consumid<br>ores | Relaci<br>ón con los<br>consumido<br>res                                     | Establecer<br>mecanismos de<br>atención a los<br>consumidores                          | Evaluar y<br>responder<br>reclamos y quejas<br>de los<br>consumidores<br>atreves de canales<br>de comunicación<br>externa. | 4<br>meses   | Físicos: Auditorio o sala de<br>reuniones, papelería, Material impreso<br>de apoyo, Hoja de asistencia,<br>presupuesto, encuesta de evaluación al<br>consumidor.<br>Humanos: Asesores, trabajadores y<br>proveedores.<br>Técnicos: Herramientas de apoyo<br>visual<br>Computador, medios de<br>comunicación. | Número de quejas y<br>reclamos resueltos con<br>satisfacción para el<br>consumidor / Número de<br>quejas y reclamos no<br>atendidos con<br>satisfacción para el<br>consumidor. | Mensual,<br>encuestas de<br>satisfacción al<br>consumidor sobre<br>la solución su<br>queja o reclamo. |
|  | Polític<br>a<br>publicitari<br>a            | Establecer<br>una política<br>publicitaria<br>éticas.                        | Difundir<br>simultáneamente<br>la política<br>publicitaria del                         | 6<br>meses   | Físicos: Auditorio o sala de<br>reuniones, papelería, Material impreso<br>de apoyo, Hoja de asistencia,<br>presupuesto, encuesta de evaluación al  | Número de<br>consumidores que<br>identifican la política<br>publicitaria del hotel   | Mensual,<br>encuestas de<br>satisfacción al<br>consumidor sobre  |   |

|        |  |   |  |         |   |   |   |
|--------|--|---|--|---------|---|---|---|
|        |  | hotel a sus consumidores.   |  |         | consumidor.<br>Humanos: Asesores, trabajadores y proveedores.<br>Técnicos: Herramientas de apoyo visual<br>Computador, medios de comunicación.  | como ética. / Número de consumidores que identifican la política publicitaria del hotel como no ética. .  | la política publicitaria ética del hotel.   |
| Social | Dialogo con público de Interés             | Elaborar una política de relación con clientes, proveedores, comunidad. | Aplicar una política de relación con clientes, proveedores, comunidad. | 6 meses | Físicos: Auditorio o sala de reuniones, papelería, Material impreso de apoyo, Hoja de asistencia, presupuesto, encuesta de evaluación al consumidor.<br>Humanos: Asesores, trabajadores y público de interés del hotel<br>Técnicos: Herramientas de apoyo visual<br>Computador, medios de comunicación. | Estado de las relaciones con el público de interés del hotel para el año 2018 / Estado de las relaciones con el público de interés del hotel para el año 2019*100 | Trimestral, encuestas de evaluación para el público de interés del hotel.                             |
|        | Vinculación comunidad/<br>inversión social | Generar iniciativas orientadas a apoyar las causas sociales.            | Implementar proyectos de inversión a la comunidad.                     | 6 meses | Físicos: Auditorio o sala de reuniones, papelería, Material impreso de apoyo, Hoja de asistencia, presupuesto, encuesta de evaluación al consumidor.<br>Humanos: Asesores, trabajadores y   | Número de iniciativas orientadas a apoyar las causas sociales año 2018 / Número de iniciativas orientadas a apoyar las causas sociales año 2019*100               | Trimestral, encuestas de interés a la comunidad sobre proyectos de inversión social y de aceptación a |

|           |  |   |   |         |  |   |  |
|-----------|--|---|---|---------|--|---|--|
|           |  |   |   |         | comunidad.<br>Técnicos: Herramientas de apoyo visual<br>Computador, medios de comunicación.  |   | los nuevos proyecto.                                       |
|           | voluntariado corporativo                               | Organizar actividades con la comunidad donde participen los trabajadores.                 | Facilitar la organización de actividades de voluntariado donde participen todos los trabajadores del hotel. | 8 meses | Físicos: Auditorio o sala de reuniones, papelería, Material impreso de apoyo, Hoja de asistencia<br>Humanos: Asesores y trabajadores.<br>Técnicos: Herramientas de apoyo visual<br>Computador, medios de comunicación. | Número actividades de voluntariado corporativo desarrolladas en el año 2018 / Número actividades de voluntariado corporativo desarrolladas en el año 2019*100 | Trimestral planillas de participación de los trabajadores. |
| Ambiental | Actitud proactiva frente a exigencias medioambientales | Establecer una declaración de principios respecto a la actuación en términos ambientales. | Cumplir la legislación colombiana vigente correspondiente a los posibles impactos ambientales negativos.    | 4 meses | Físicos: Auditorio o sala de reuniones, papelería, Material impreso de apoyo, Hoja de asistencia<br>Humanos: Asesores y trabajadores.<br>Técnicos: Herramientas de apoyo visual<br>Computador, medios de comunicación. | Número de trabajadores del hotel / Número de trabajadores del que maneja una actitud proactiva frente a exigencias Medioambientales del hotel. *100           | Bimensual, planillas de participación de los trabajadores. |
|           |  | Establecer  | Disminuir y de  | 6       | Físicos: Auditorio o sala de   | Número de   | Bimensual,   |

|                       |   |   |       |  |   |   |
|-----------------------|---|---|-------|--|---|---|
| Prácticas ambientales | prácticas ambientales con público interno<br><br>Desarrollar capacitaciones a los empleados acerca de las buenas prácticas medioambientales es. | utilizar eficientemente servicios como agua y energía, implementar prácticas para optimizar el uso de materias primas e insumos y el manejo de los residuos o desechos producto de la actividad desarrollada. | meses | reuniones, papelería, Material impreso de apoyo, Hoja de asistencia Humanos: Asesores y trabajadores. Técnicos: Herramientas de apoyo visual Computador, medios de comunicación. | trabajadores del hotel / Número de trabajadores del hotel que desarrollan las prácticas ambientales establecidas *100 | planillas de participación de los trabajadores. |
|-----------------------|---|---|-------|--|---|---|

*En la tabla 3 se pretende establecer cuál es el orden de desarrollo de cada una de las estrategias teniendo en cuenta los Stakeholders, sus objetivos, los recursos que se requieren, tiempo estimado para desarrollar y como se mantendrá el control que se cumplan según lo planeado.*

**Fuente:** *Elaboración Propia.*

## 5.2. Plan De Comunicaciones A Los Interesados (Stakeholders)

Tabla No. 4, Plan de comunicación del hotel Santa Fe Park

| PLAN DE COMUNICACIONES |   |                                       |  |   |  |
|------------------------|---|---------------------------------------|--|---|--|
| Dimensión              | Stakeholders                            |                                       | Frecuencia   | Medio   |  |
| Económica              | Valores Y Coherencia                    | Código De Ética                       | Trimestral   | Medios de comunicación interna, comunicación oral.                      |  |
|                        |   | Gobierno Corporativo                  | Mensual  | Medios de comunicación interna, comunicación oral.                      |  |
|                        |   | Relaciones Leales Con La Competencia. | Semestral  | Medios de comunicación interna, comunicación oral.                      |  |
|                        | Publico Interno                         | Seguridad E Higiene                   | Cuatro meses   | Señalización permanente en todo el entorno laboral, En persona, correo. |  |
|                        |   | Conciliación Vida Personal            | Semestral  | Medios de comunicación interna, comunicación oral.                      |  |
|                        |   | Políticas De Beneficios               | Semestral  | Radial, medios de comunicación interna, comunicación oral.              |  |
|                        |   | Aspectos Laborales                    | Trimestral   | Radial, medios de comunicación interna, comunicación oral.              |  |
|                        | Proveedores                             | Subcontratación                       | Cuatro Meses   | Radial, medios de comunicación interna, comunicación oral.              |  |
|                        |   | Relación Con Los Consumidores         | Relación Con Los Consumidores                              | Semestral   | Radial, medios de comunicación interna, comunicación oral. |
|                        |   | Política Publicitaria                 | Semestral  | Radial, medios de comunicación interna, comunicación oral.              |  |
| Social                 | Dialogo Con Público De Interés          | Semestral                             | Radial, medios de comunicación interna, comunicación oral. |   |  |
|                        | Vinculación Comunidad/ Inversión Social | Ocho meses                            | Radial, medios de comunicación interna, comunicación oral. |   |  |
|                        | Voluntariado Corporativo                | Cuatro                                | Radial, medios de comunicación interna,                    |   |  |

|                  |                             | meses    | comunicación oral.                         |
|------------------|-----------------------------|----------|--|
| <b>Ambiental</b> | Actitud Proactiva Frente A  |          |  |
|                  | Exigencias Medioambientales | Semestra | Señalización permanente en todo el entorno |
|                  | Prácticas Ambientales       | 1        | laboral, En persona, correo.               |

*En la tabla 4 permite conocer cuál será el cronograma del plan de responsabilidad según los Stakeholders y a través de qué medios de comunicación se darán a conocer la información que se requiere para que las estrategias tengan el efecto esperado.*

*Fuente: Elaboración Propia.*

### 5.3. Modelo de informe de gestión recomendado

De acuerdo a las lecturas e investigaciones de los diferentes modelos de gestión para ser aplicados al hotel Santa Fe Park, el modelo de **EFQM fundación Europea para la gestión de la calidad de excelencia (European Foundation for Quality Management)** es el modelo que más se ajusta para ser aplicado a la empresa, siendo este uno de los más utilizados en las organizaciones de todo el mundo.

Modelo EFQM se caracteriza por la participación y liderazgo de todo un equipo de trabajo para realizar una autoevaluación de los procesos internos y externos, de los objetivos, estrategias y demás factores que requieren cambios organizacionales en donde los resultados se vean reflejados en la mejora continua de las personas de toda la empresa, en los clientes, proveedores y en la sociedad en general.

Este modelo aporta a las organizaciones;

- La Identificación de puntos fuertes y oportunidades de mejora mediante una labor de equipo que ayuda a ampliar puntos de vista y favorece una cultura de participación.
- Establecer un nivel de excelencia en gestión en cada uno de los aspectos claves para el crecimiento organizacional
- Establecer las prioridades internas y externas para actuar sobre ellas.

Para el Hotel Santa Fe Park, el modelo de gestión de excelencia EFQM aportaría gran beneficio en la reestructuración, análisis, planificación, ejecución y control de los procesos a cambiar en las diferentes problemáticas que tiene actualmente el hotel, ya que por medio del

compromiso y liderazgo de la alta gerencia en compañía de todo su equipo de trabajo, pueden establecer estrategias, metas y objetivos organizacionales que ayuden a mitigar los factores que impiden el crecimiento y competitividad del hotel, logrando que la cultura organizacional tenga bases sólidas para crear fortalezas y oportunidades de beneficio interno, externo, a la sociedad y demás actores involucrados de la empresa.

## 5. CONCLUSIONES

El sistema de responsabilidad social empresarial con el pasar de los años nos incentiva y nos exige que las empresas día a día se tengan que adaptar a los cambios empresariales y la conciencia social, se ha vuelto una estrategia administrativa para la subsistencia de muchas empresas, al obtener evaluación se tiene que instaurar el sistema de responsabilidad social empresarial al interior de la empresa. Es una medida directiva acertada siempre y cuando exista un compromiso administrativo real y un empoderamiento de todo su equipo de colaboradores.

Al implementar la RSE, el personal directivo debe tener como uno de sus objetivos principales generar sentido de pertenencia e identidad en cada uno de sus trabajadores. Para desarrollar correctamente el sistema de RSE, los grupos focales deben estar integrados por personal administrativo y colaboradores de las diferentes áreas del hotel, con la finalidad de contar con poder de decisión para la implementación de programas que busquen impactar en el cliente interno de la compañía. A su vez, deben enfocarse en los temas relacionados a la educación, ya que un equipo de trabajo más tecnificado, busca soluciones para disminuir los tiempos de respuesta, generando aumentos en la productividad general del hotel.

Sin olvidar que la responsabilidad social empresarial permite identificar, los Stakeholders que intervienen en la empresa dentro y fuera de ella, permitiendo poner en práctica el código de ética y conducta según las políticas de la empresa y leyes que la rigen para minimizar daños y optimizar los recursos.

Es por eso que si la empresa tiene claro cómo funciona el código de ética e involucra todos los Stakeholders que intervienen se garantiza que la implementación de la RSE muestre resultados óptimos a corto plazo evidenciando el desarrollo económico social que la empresa genera en su entorno empresarial.

Es importante también tener en cuenta que la gestión de la empresa basada en la RSE garantiza que la empresa sea más competitiva y este en capacidad de responder adecuadamente y justo a tiempo a cualquier eventualidad que esta atraviese.

## 6. BIBLIOGRAFIA

Alonso, V. (2006). *Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España*. (pp. 11-38). (2006). <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>.

Recuperado de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3199840&ppg=1>

Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G. (2014). Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana. (2014). *Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G.* (<http://www.scielo.org.co/pdf>). Obtenido de Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G. (2014). Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana. Recuperado de

<http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a02.pdf>

Arroyo, R. (2012). *Habilidades gerenciales desarrollo y destrezas, competencias y actitud*, capítulo 2, 3 y 10. Editorial ECOE. . (2012). <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>.

Obtenido de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10559782&ppg=11>

Braidot, N. (2014). *Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement* (2a. ed.). (pp. 431-473). (s.f.).

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>. Obtenido de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=3224821&tm=1>

Carballo, R. (2005). *Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación*, capítulo 1. Ediciones Díaz de Santo. Recuperado de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4183>.

(2005). <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>. Obtenido de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4183>

Corredor, C. (2013). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias* (2a. ed.). (pp. 206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado . (2013). <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>

Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa*. Capítulo 1. (p. 13-17) . (2017). <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>

Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa*. Capítulo 2. . (2017). <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>

Daniel Peña, D., Serra, A., & Ramón, J. (2017). FACTORES DETERMINANTES DEL CONOCIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO DEL CARIBE COLOMBIANO. *Revista Ibero-Americana De Estrategia (RIAE)*, 16(2), 104-124. (sf). [www.biblioteca.unad.edu.co](http://www.biblioteca.unad.edu.co). Obtenido de [www.biblioteca.unad.edu.co](http://www.biblioteca.unad.edu.co)

De la Cruz, C. & Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. (Spanish). *Empresa Y Humanismo*, 19(2), 69-118. doi:10.15581/015.XIX.2.69-118. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>

Dirección de Asuntos Económicos Multilaterales de DIRECON. *Instrumentos de Responsabilidad Social* (Santiago de Chile, 2013. (s.f.). <https://www.direcon.gob.cl>. Obtenido de Dirección de Asuntos Económicos Multilaterales de DIRECON. *Instrumentos de Responsabilidad Social* (Santiago de Chile, 2013). Recuperado de <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2013/09/Instrumentos-de-Responsabilidad-Social-Empresarial-DIRECON.pdf>

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 48-50. . (2010). <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>.

Obtenido de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>

Gutiérrez, E. (2010). Competencias gerenciales, habilidades conocimiento aptitudes, capítulo 2, 4, 6 y 7. Editorial ECOE. (2010). <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>.

Obtenido de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10467058&ppg=9>

Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho*, (41), (pp. 51-82). (2014). *Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. Revista de Derecho*, (41), <http://www.scielo.org.co>. Obtenido de

Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en e

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&t](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&t)

Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho*, (41), (pp. 51-82). Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&t)

[86972014000100003&lng=en&t](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&t). (2010). *Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. Revista de Derecho*, (41), (pp. 51-82). Recuperado de

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&t)

[86972014000100003&lng=en&t](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&t). Obtenido de Ibarra, A. (2014). Principios de la

responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho*, (41), (pp. 51-82). Recuperado de

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&t](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&t)

Lombana, J, G. S & otros. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. edición). (pp.206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. (sf).

*http://bibliotecavirtual.unad.edu.co*. Obtenido de Lombana, J, G. S & otros. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias

(<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>)

Narrillos, R. (2013). Economía social: valoración y medición de la inversión social: método SROI. Madrid: Ecobook. (2013). *http://bibliotecavirtual.unad.edu.co*. Obtenido de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=858381&lang=es&site=eds-live>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Pág. 17-23, 30-31. (2014).

*http://observatoriorsc.org*. Obtenido de [http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook\\_La\\_RSC\\_modific.06.06.14\\_OK.pdf](http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf)

Palacios, F., García, D. & Espasandín, F. (2014). Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa. (pp. 11-28). Madrid, ES: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. (2014). *http://bibliotecavirtual.unad.edu.co*.

Obtenido de Palacios, F., García, D. & Espasandín, F. (2014). Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3199840&ppg=1>

Prieto, J. (2012). Gestión estratégica organizacional (4a. Edición). [N.p.]: Ecoe ediciones. . (2012). <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547340&lang=es&site=eds-live>

Vélez, M. (2011). Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. (Spanish). Revista Ciencias Estratégicas, 19(25), 55. . (s.f.). <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co>. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=64443920&lang=es&site=eds-live>

## ANEXOS

Enlace Video Fase 3: Contextualización Sobre RSE Vs Marketing

<https://youtu.be/EBkQQnAi5h8>

Enlace Video Fase 6: Plan de Responsabilidad Social Empresaria.

<https://youtu.be/hp5YSjzDDn4>

Poster

