

Plan Estratégico De Responsabilidad Social Para La Empresa

Escápate, Agencia De Viajes

Camilo Andres Sanchez Villanueva

Jenifer Martínez González

Yuli Andrea Monroy

Laura Vanessa Diaz

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas Y De Negocios- ECACEN

Administración De Empresas

Ibagué, Tolima

Marzo, 2021

Plan Estratégico De Responsabilidad Social Para La Empresa

Escápate, Agencia De Viajes

Camilo Andres Sanchez Villanueva

Jenifer Martínez González

Yuli Andrea Monroy

Laura Vanessa Diaz

Docente Asesor:

Carolina Iveth Sanchez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas Y De Negocios- ECACEN

Administración De Empresas

Ibagué, Tolima

Marzo, 2021



Tabla de Contenido

Resumen	7
Palabras Claves	7
Abstract	7
Keywords	7
Capítulo 1. Antecedentes	8
Introducción	8
Problema	10
Objetivos	11
Capítulo 2. Marcos Referenciales	12
Marco conceptual	12
Marco Teórico	13
Marco institucional	16
Marco Legal	20
Capítulo 3. Resultados	21
Diagnóstico	21
Matriz de Marco Lógico	24
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento	29
Plan de Acción y de Seguimiento	31
Conclusiones	32
Referencias	33
Anexos	36



Lista de Tabla

Tabla 1. <i>Diagnóstico del Instrumento de entrevista diseñado</i>	21
Tabla 2. <i>Plan de Acción y de Seguimiento para las Dimensiones</i>	31

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Logo de la empresa Escapate</i>	16
Figura 2. <i>Organigrama de la Empresa</i>	19
Figura 3. <i>Árbol de problemas para la empresa</i>	24
Figura 1. <i>Árbol de objetivos para la empresa</i>	26
Figura 2. <i>Mapa Estratégico para la empresa</i>	27
Figura 3. <i>Plan de mejoramiento</i>	29

Lista de Anexos

Anexo A. Enlace al Código de Ética	36
Anexo B. Formatos de Recolección de Información	38

Resumen Analítico Especializado

Título	Plan estratégico de responsabilidad social para la empresa Escapate, Agencia de viajes.
Autores	Jennifer Martínez González, Camilo Andrés Sánchez, Yuli Andrea Monroy
Tipo de documento	Trabajo de grado de Diplomado
Asesor	Carolina Iveth Sanchez
Año	2021
Palabras clave	Código de ética, ética empresarial, excelencia empresarial, plan estratégico, plan mejora, responsabilidad social.
Resumen	La responsabilidad social es un componente determinante en cualquier empresa ya que se mantienen un nivel de transparencia, el presente trabajo tiene como finalidad Formular un plan de mejoramiento al plan estratégico de la organización entre ellos tenemos el código de ética será indispensable para orientarnos de manera precisa en un marco de informe basados en conflicto de interés para aplicar factores inherentes al concepto de responsabilidad social empresarial, y así contribuir al fortalecimiento de nuestra empresa Escápate.
Problema de investigación	Participación casi que nula por parte de la Agencia de Viajes en cuanto a campañas o acciones de cuidado ambiental activas. En esta problemática se han identificado como causas principales el hecho de que la empresa ha precisado la mayoría de sus recursos en el mejoramiento del servicio al cliente y el producto o servicio ofrecido, así como también la inexistencia de propuestas de campañas ecológicas activas en el sector turístico y sus agentes que al tiempo no contemplan este factor como un requerimiento.
Metodología	Metodología de investigación cualitativa, mediante la aplicación de entrevistas, observación y análisis de la dinámica empresarial.
Principales resultados	Análisis del estado del plan estratégico de responsabilidad social; identificación de problemáticas y determinación de objetivos; plan y mapa de estrategias con nuevo enfoque; plan de acción y seguimiento; código de ética.
Conclusiones	La agencia de viajes se ha concentrado en mejorar aspectos como el servicio, paquetes turísticos y calidad en la atención al cliente, sin embargo, aspectos como el cuidado del medio ambiente no se han considerados parte del plan estratégico de responsabilidad social. Por lo anterior, como resultado se han desarrollando una nueva ruta de plan estratégico y plan de acción alcanzable en

tiempo de 1 año en donde se miden aspectos económicos, sociales y ambientales de las iniciativas.

Referencias

Ramírez, M. (2015). Modelos de Gestión de RSE para Empresas. Universidad Externado de Colombia. Cartilla Folleto V4.

Moran C., Cardena C., Cordova C. (2019). Características de la Responsabilidad Social Empresarial de las PYMES en Ecuador. Caso de Estudio: Hacienda Nueva Colonia. Revista ECA Sinergia. Vol. 10 N°3, | págs. 131-144.

Pérez-Ordoñez, María del Coral, Morales-Méndez, Jonathan David (2011). REVISIÓN DE LOS ORÍGENES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR SALUD EN COLOMBIA. *Revista CUIDARTE*, 2(1),206-215.[fecha de Consulta 22 de Diciembre de 2020]. ISSN: 2216-0973.

Méndez, A., Rodríguez, M & Cortez, K. (2019). Factores determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. *Análisis Económico* , 34 (86), 197–217.

Díaz, N. (2014). Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial. (Spanish). *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 9 (3), 127–144.

ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto.

ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social. Ocampo, O., García, J., Ciro, L & Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. En: *Entramado*, 11(2). 72-90. Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343.[fecha de Consulta 2 de Marzo de 2020]. ISSN: 1317-8822.

Muñoz, E & Quinteros, M. (2018). *Evaluación de resultados de proyectos sociales, mediante el uso de la matriz del marco lógico, promovidos por el área de RSE del sector banca en Lima Metropolitana en el periodo 2015-2017 : estudio de caso del proyecto “Contigo en tus finanzas en aula” del Banco de Crédito del Perú.*

Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica* , 23 (48), 105-126.



González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes del sector metalmeccánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo.

Resumen

La responsabilidad social es un componente determinante en cualquier empresa ya que se mantienen un nivel de transparencia, el presente trabajo tiene como finalidad Formular un plan de mejoramiento al plan estratégico de la organización entre ellos tenemos el código de ética será indispensable para orientarnos de manera precisa en un marco de informe basados en conflicto de interés para aplicar factores inherentes al concepto de responsabilidad social empresarial, y así contribuir al fortalecimiento de nuestra empresa Escápate

Palabras Clave: Código de ética, ética empresarial, excelencia empresarial, plan estratégico, plan mejora, responsabilidad social.

Abstract

Social responsibility is a determining component in any company since a level of transparency is maintained, the purpose of this work is to formulate an improvement plan to the strategic plan of the organization, among them we have the code of ethics, it will be essential to guide us precisely in a reporting framework based on conflict of interest to apply factors inherent to the concept of corporate social responsibility, and thus contribute to the strengthening of our company

Key Words: Code of ethics, business ethics, business excellence, strategic plan, improvement plan, social responsibility.



Capítulo I. Antecedentes

Introducción

La empresa Escapate, Agencia de viajes, es una empresa creada y formalizada en cámara y comercio de la ciudad de Ibagué, Tolima, el 4 de abril del año 2016 por dos jóvenes emprendedoras y profesionales en Negocios Internacionales, Diana Forero y Alejandra Mahecha. La dedicación de estas jóvenes empresarias las han llevado a en su empresa exponencialmente, ya que en los **5 años que la empresa tiene de creada**, ha tenido un impacto en el mercado común de Ibagué y el mercado digital en redes sociales como Facebook, medio en el que cuenta con más 29.000 seguidores y que representa su principal medio para publicitar. Así mismo, en el año 2019 decidió expandirse y estableció su primera sucursal en el centro urbano de Girardot, Cundinamarca, ubicados en Cra. 8 ##20a-18, en donde han impactado con su experiencia y profesionalismo a la comunidad.

El rápido crecimiento de esta compañía se ha atribuido en parte al estudio juicioso del mercados y su operación, en el que hasta la fecha se han concentrado en la identificación y solución de problemáticas en cuanto a su productividad, competitividad, precio y calidad del servicios, servicios al cliente, ampliación de la oferta de servicios, mejoramiento de procesos internos entre otros, de los cuales se han desarrollado y aplicado múltiples planes de mejora que son evidentes en lo que hasta hace poco constituía su mapa del plan estratégico, el cual sevenía enfocado en la perspectiva financiera para generar confianza a sus accionistas, a través de una empresa sólida, con nuevos productos y/o servicios y alianzas estratégicas con otras empresas que conlleven a posicionar en el mercado a ESCÁPATE.



De igual forma para presentarse ante sus clientes, ESCAPATE exhibía principalmente una perspectiva de satisfacción garantizada con la seriedad y cumplimiento en los paquetes turísticos ofrecidos, aunado a incentivos o premios para los clientes que han demostrado fidelidad a la agencia de viajes; así como a través del mejoramiento de procesos de comunicación y agilidad en las respuestas de las dudas planteadas por los usuarios, permitiendo así, ofrecer nuevas expectativas y crecimiento de la agencia de viajes.

En tanto, factores fundamentales con los que la empresa busca el éxito y crecimiento en los próximos años, ellos son:

- La capacitación de los colaboradores o talento humano de la empresa.
- Desarrollo de nuevos destinos turísticos.
- Aseguramiento de la calidad del servicio y completa satisfacción del cliente.
- Actualización de páginas web y software que permitan mejorar los métodos de compra y respuesta ante solicitudes.
- Posicionamiento de la marca para la apertura de nuevos mercados.

Sin embargo, en ninguno de ellos se contemplaban otros aspectos contenidos por el concepto de responsabilidad social empresarial, como el caso de cuidado del medio ambiente. Es por ello, que en el presente trabajo, se pretende abarcar el tema y exponer un plan de mejora al plan estratégico ya existente en la agencia de viajes Escápate, en el que se ha diagnosticado el estado de la RSE en la misma, identificado un problema y analizado el mismo para proponer soluciones activas mediante un plan de acción y seguimiento que se expone en el presente documento.



Identificación Del Problema

La Responsabilidad Social Empresarial en la Agencia de viajes Escápate, contempla varios de los aspectos de responsabilidad social enfocada estratégicamente hacia los clientes y los colaboradores internos; lo cual es óptimo teniendo en cuenta que es fundamental en el proceso de aseguramiento de la calidad del servicio que beneficia a la sociedad. Sin embargo, la arista del medio ambiente no se considera activamente como parte de la responsabilidad empresarial de la empresa actualmente, la cual tiene un efecto directo en el estado del ambiente y la ecología en la comunidad en donde se desempeña y en donde ofrece servicios turísticos.

Es por lo anterior, que en el presente trabajo se ha focalizado a este como el problema central: Participación casi que nula por parte de la Agencia de Viajes en cuanto a campañas o acciones de cuidado ambiental activas. En esta problemática se han identificado como causas principales el hecho de que la empresa ha precisado la mayoría de sus recursos en el mejoramiento del servicio al cliente y el producto o servicio ofrecido, así como también la inexistencia de propuestas de campañas ecológicas activas en el sector turístico y sus agentes que al tiempo no contemplan este factor como un requerimiento. Por ello, el gran efecto de la problemática es la generación de efectos adversos como el daño, desgaste, modificación y degradación sobre el estado del medio ambiente en los destinos turísticos ofrecidos por la agencia y la comunidad habitada.



Objetivos

Objetivo General

Formular un plan de mejoramiento al plan estratégico de la organización para en él, aplicar factores inherentes al concepto de responsabilidad social empresarial, y así contribuir al fortalecimiento de la organización.

- **Objetivos Específicos**

- Recolectar información sobre el estado de las normas internacionales en temas de RSE desde los puntos de vista del propietario, colaborador interno y usuario, para estudiar la norma ISO 26000 en una empresa ser sector turístico.
- Analizar los resultados diagnósticos de la empresa en cuestión e identificar el problema central y derivados de la empresa bajo un enfoque de la RSE.
- Diseñar objetivos y estrategias a partir de una visión del problema central de la empresa aplicando el marco lógico y los mapas estratégicos en la dinámica de la empresa Escápate.
- Formular un plan de acción y seguimiento a partir de la consolidación de los análisis.
- Constituir el código de ética que regirá el actual transparente por parte de la empresa bajo el concepto de RSE.

Capítulo II. Marcos Referenciales

- **Marco Conceptual**

Ética

P, Barroso. “Diccionario de ciencias y técnicas de comunicación.” Ética es la ciencia filosófico-normativa y teórico-práctica que estudia los aspectos individuales y sociales de la persona a través de la moralidad de los actos humanos, bajo el prisma de la razón humana, la honestidad teniendo siempre como fin el bien honesto, la honestidad.

Ética Empresarial.

Según Ortiz (1995:18) es un valor intrínseco de toda actividad económica y organizacional porque cualquier actividad empresarial atrae hacia sí un cúmulo de factores humanos.

Pensamiento Estratégico.

Autores como, Robert (2006) señala que el **pensamiento estratégico** es un proceso que ocurre en la mente del ejecutivo y le permite visualizar cómo será el aspecto de la organización en el futuro, y donde los integrantes de la misma se convierten en elementos claves.

Desarrollo Social.

De acuerdo con James Midgley el desarrollo social es “un proceso de promoción del bienestar de las personas en conjunción con un proceso dinámico de desarrollo económico”

Desarrollo Sostenible.

Desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, 1988).

Sostenibilidad.

Según la RAE, la sostenibilidad se enfoca en ecología y economía , que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente.

Estrategia.

Por definición, “la **estrategia** es el patrón de los movimientos de la organización y de los enfoques de la dirección que se usa para lograr los objetivos organizacionales y para luchar por la misión de la organización” (Thompson y Strickland, 1998).

Gerencia Estratégica.

Pearce y Robinson (2015) definen la gerencia estratégica como el conjunto de decisiones y acciones que resultan en la formulación e implementación de planes diseñados para lograr los objetivos de la organización a largo plazo y sostener una ventaja competitiva (Schermerhorn & Bachrach, 2015).

- **Marco Teórico**

“Empresas y sociedad deben unir sus esfuerzos para obtener un beneficio común”, es una de las frases dichas por uno de los mayores pensadores del mundo en gestión y competitividad Michael Porter, a quien se le considera como el padre de la estrategia empresarial moderna y quien destaca que las prácticas empresariales y económicas de toda nación deben procurar fomentar el verdadero desarrollo y no solo el crecimiento de la economía, asumiendo un papel de responsabilidad social empresarial o corporativa que de acuerdo a la definición de la RAE es la integración voluntaria por la empresas de los distintos intereses afectados por su actividad en sus operaciones comerciales y sus relaciones con terceros. Sin embargo, como práctica es

aplicable a innumerables campos de acción como estrategia fundamental para el logro del desarrollo sostenible, incluyéndose entonces dentro de un concepto relativamente nuevo conocido como Economía Social Solidaria (ESS) ó

ECOSOL. Con el propósito de comprender la importancia de la práctica de Responsabilidad Social Empresarial, en las siguientes líneas se ahondará en su fundamento teórico, su caracterización, sus modelos de gestión para entender su impacto en la economía.

Las prácticas económicas en el mundo han sido fundamentales en la articulación de agentes oferentes y demandantes de bienes y servicios que básicamente cubren las necesidades de la humanidad en sus diferentes niveles. Durante el ejercicio de esas prácticas y múltiples modelos económicos y sus sistemas, las problemáticas de la presente época son la pobreza y la exclusión, la desocupación, la desigualdad social, y el deterioro ambiental y ecológico entre otros. Por lo anterior, la responsabilidad social empresarial por parte de todos los entes económicos se concentra en el fundamento teórico de que el fin de la empresa está dirigido ahora a lo económico, lo social y lo ambiental, por lo que se identifican grupos de interés que requieren a una empresa adaptable, sostenible e interrelacionada. Con base a lo anterior, dentro de la economía solidaria como concepto, se reconoce que los agentes económicos cuentan con responsabilidades comunes y se impulsa la realización de actos de ayuda basados en el trabajo y la solidaridad para formar alternativas de economía distintas. De modo que la responsabilidad social se integra como inversión estratégica en el núcleo de la estrategia empresarial, en sus instrumentos de gestión y en sus actividades, y trata de minimizar los riesgos relacionados con la incertidumbre, adquiriendo un valor económico directo. (OCDE 2001).

Adicionalmente, la responsabilidad social empresarial o corporativa se caracteriza inicialmente por elementos que aportan al estándar de calidad concebido por los entes

económicos como consumidores, clientes, gobiernos y comunidad. Dichos elementos son: compromiso de la empresa para agregar valor a la comunidad; decisión voluntaria, ya que no está regulado específicamente por la ley; generación de beneficio para la sociedad y público de interés; conducta ética, ya que tiene el propósito de trascender las expectativas sociales; desempeño ambiental; adaptabilidad. Así mismo, como caracterización también se comprenden los factores determinantes de la RSE (Mendez, Rodriguez, Cortez; 2019), de los cuales se resaltan el tamaño de la empresa y su capacidad de aplicar estrategias de carácter social; la rentabilidad y su desempeño financiero; y el nivel de endeudamiento en cuanto a la flexibilidad para financiar actividades propias de la RSE.

Asimismo, que dentro del amplio campo de aplicación de la RSE, existen múltiples modelos de gestión, los cuales pueden ser diseñados a partir del enfoque que este contenga, por lo que se puede identificar inicialmente una tipología en RS como la siguiente: Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Responsabilidad Social Ambiental (RSA), Responsabilidad Social Universitaria (RSU), Responsabilidad Social Gubernamental, Responsabilidad Social Individual (RSI). Considerando que la RSE es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad, se han destacado dos modelos de gestión certificados son populares: Global Reporting Initiative (GRI) que es un modelo de gestión para comunicar y generar información sobre el quehacer de la empresa ofreciendo una guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad teniendo en cuenta aspectos económicos, sociales y medioambientales. Y SGE 21 que se centra en modelos de calidad y medioambiente ya consolidados añadiendo el enfoque de los grupos de interés. Sin embargo,

es importante aclarar que existen modelos de gestión particulares según grupos de interés, por ejemplo; el ISO 9001 de calidad para los clientes, ISO 14000 de gestión ambiental para la sociedad u OHSAS 18001 de prevención de riesgos laborales para los empleados.

Claramente la Responsabilidad Social es una guía para cada hacer en la mejor medida para todos en los ámbitos económicos, ambiental y social bajo un marco de gobernabilidad y sustentabilidad para generar valor, siendo allí en dónde radica la importancia de su aplicación. Es por ello que finalmente, los fundamentos teóricos, la caracterización, y los modelos de gestión, deben conducir a mejores dinámicas de desarrollo económicas que beneficien principalmente a la comunidad de modo de que fortalezcan las comunidades humanas logrando una mejor calidad de vida que suele quedar en medio de la fuerte y feroz competencia en la que viven las empresas dentro de los mercados económicos. Por lo anterior, se puede concluir que la relevancia de la RSE ha venido incrementando en su importancia dado el número de organizaciones que se dedican a ello como prueba del aumento de consciencia de los distintos actores económicos.

- **Marco Institucional**



Figura. 1

Fuente. Agencia de viajes, Escápate.

La empresa Escapate, Agencia de viajes, es una empresa creada y formalizada en cámara y comercio de la ciudad de Ibagué, Tolima, el 4 de abril del año 2016 dentro del sector terciario de servicios turísticos. Esta empresa fue fundada por dos jóvenes emprendedoras y profesionales en Negocios Internacionales, Diana Forero y Alejandra Mahecha. Inicialmente, pensaron en establecer un servicio turístico vía internet, pero rápidamente se dieron cuenta de la necesidad de contar con un domicilio en donde recibir a sus primeros clientes, quienes demandaban sus primeros servicios turísticos de pasadías a fincas agroturísticas o centros vacacionales reconocidos como Piscilago, Hacienda Nápoles y Parque del Café. La dirección de su primer domicilio se ubicó en Cr 4 # 6-75 del barrio la Pola. Sin embargo, en el año 2017, se cambiaron a su actual domicilio en la Cl. 9 #1-17, ubicado frente al conservatorio de música.

La dedicación de estas jóvenes empresarias las han llevado a en su empresa exponencialmente, ya que en los **5 años que la empresa tiene de creada**, ha tenido un impacto en el mercado común de Ibagué y el mercado digital en redes sociales como Facebook, medio en el que cuenta con más 29.000 seguidores y que representa su principal medio para publicitar. Así mismo, en el año 2019 decidió expandirse y estableció su primera sucursal en el centro urbano de Girardot, Cundinamarca, ubicados en Cra. 8 ##20a-18, en donde han impactado con su experiencia y profesionalismo a la comunidad.

Dentro de los productos destacados están:

- Paquetes de viaje vacacional a nivel nacional e internacional.
- Paquetes de viaje corporativo
- Pasadías a centros recreativos de Colombia.
- Reserva y venta de tiquetes aéreos.
- Reservas a hoteles.

Misión: Somos una empresa de turismo responsable que crea experiencias de viaje únicas en base a la honestidad y brindando servicios que superan las expectativas.

Visión: Ser para el año 2023 la empresa turística líder en la región, prestando un servicio de calidad con creatividad, innovación y responsabilidad social; logrando que nuestra gente sienta a ESCÁPATE como su propia empresa, cálida y exitosa.

A partir de la misión y la visión de la empresa, se pueden identificar que sus **objetivos son** :

- Asesorar con calidad.
- Ofrecer un servicio profesional, cálido, confiable y puntual.
- Crear experiencias de viajes únicas.
- Ser la empresa turística líder en la región en 2020.
- Promover el sentido de pertenencia en los tolimenses al comprender a ESCÁPATE como una empresa de su región.
- Ser un líder en el sector turístico reconocido por su nivel de innovación.

Así mismo, los valores son y serán su prioridad, estando comprometidos con la calidad y satisfacción de sus clientes, que son su fuerza impulsadora para optimizar la capacidad de respuesta y el servicio que ofrecemos: Honestidad, Organización, Puntualidad, Servicio.

- **Honestidad** con el usuario en todo momento al ofrecer información verídica y real.
- **Responsabilidad** con todas las actividades de la empresa, de modo que Escápate muestra un compromiso permanente con el usuario, al cual ofrece una experiencia de viaje agradable salvaguardando su bienestar y el entorno.
- **Calidad** en el servicio y las experiencias de viaje de los usuarios.
- **Pertenencia** por parte de los usuarios para que sientan a Escápate como propia.
- **Innovación y creatividad** en su estética y merchandising.
- **Puntualidad** en sus procesos turísticos.
- **Servicio cálido y confiable** transmitiendo seguridad.

Estructura Organizacional.

La estructura organizacional no es compleja, ya que las propietarias Diana Katherine Forero y María Alejandra Mahecha son quienes realizan las actividades de dirección, organización y control en los aspectos comerciales y de marketing, aunque en el área contable cuentan con colaboración así como en actividades de asesoría y venta turística. En la etapa de ejecución, la empresa terceriza sus servicios, al contratar a empresas de transporte terrestre y aéreo, hoteles y hostales, seguros médicos etc. Por otro lado, en el caso de los guías turísticos ellos prestan su servicio sin ser contratados directamente por la empresa.

Sin embargo se pueden identificar, las áreas funcionales básicas de dirección y planificación en cabeza de sus propietarias, funciones contables y financieras, funciones de marketing y venta, funciones de planeación y formulación de nuevos paquetes turísticos, funciones operativas mediante la acción de guías turísticos.

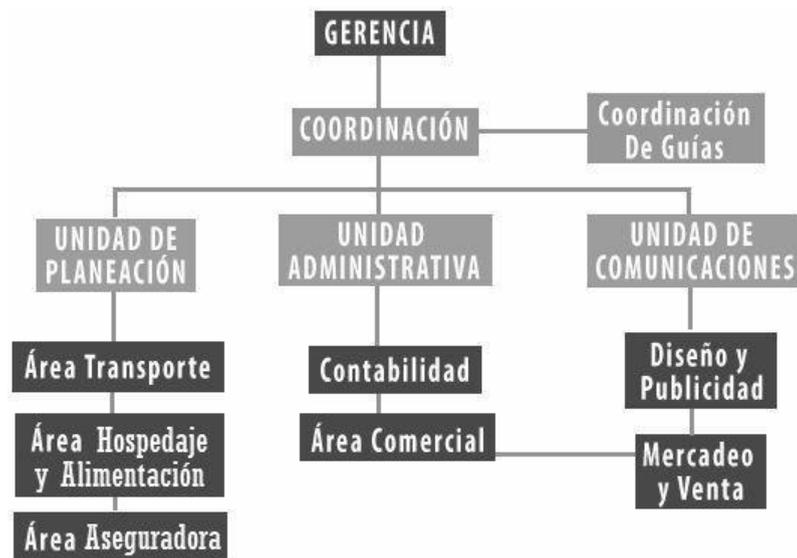


Figura. 2 Fuente. Elaboración Propia

- **Marco Legal**

El marco legal se basa en la Norma ISO 26000, creada por la Organización Internacional de Estándares (ISO) y publicada en el 2008. Esta norma es internacional y se conforma con el propósito de ayudar a las organizaciones a ser responsables en un sentido social, en donde se contempla la sostenibilidad en el desarrollo de iniciativas empresariales. De este modo, esta norma estructura presente documento, promueve en sí la compatibilidad de los entes organizacionales con la conservación de los ecosistemas, la equidad social y con una correcta gobernanza, contando con la sociedad como principales veedores ejerciendo presión social.



Capítulo III. Resultados

Diagnóstico

A partir de la aplicación de entrevistas a 3 colaboradores tanto internos como externos en la agencia de viajes, se logró recolectar información sobre el estado de las normas internacionales en temas de RSE desde los puntos de vista del propietario, colaborador interno y usuario, para estudiar la norma ISO 26000 en esta empresa del sector turístico. Ante las preguntas desarrolladas se diagnostica el estado de aplicación de la RSE empresarial en las materias fundamentales de gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad.

Tabla 1. Diagnóstico a partir de la aplicación del Instrumento de entrevista diseñado.

Fuente: Elaboración Propia

Materia Fundamental o Variables	Indicadores que demuestren el cumplimiento de la materia fundamental	Preguntas	Diagnóstico
Gobernanza de la organización	La empresa mantiene la motivación, compromiso y productividad de los empleados.	- Como colaborador interno de la agencia turística (guía turístico), ¿Cuál es el nivel de compromiso que usted tiene con la organización? - Como propietario de la agencia turística, ¿Cuál es la estrategia de motivación que usted usa para con	La motivación por parte de la empresa se alcanza mediante la garantía de un muy buen ambiente laboral percibido de tipo casi familiar, la remuneración y comisiones prometedoras, además de oferta de experiencias turísticas.



		sus guías turísticos?	
Derechos humanos	La empresa vela por el derecho humano de seguridad humana de las personas.	<ul style="list-style-type: none"> - Como colaborador interno de la agencia turística (guía turístico), ¿Cómo se asegura su integridad a nivel personal y de salud al momento de laborar? - Como usuario y cliente regular de la agencia turística, ¿Cómo se asegura su integridad a nivel personal y de salud por parte de la organización? 	La conciencia, tolerancia, empatía, respeto y buen trato son los pilares para la garantía de los derechos; en más la percepción por parte de los clientes es muy positiva en cuando a su seguridad al momento de viajar con la empresa que asegura a sus pasajeros indiscriminadamente en cada viaje.
Prácticas laborales	La empresa cumple con la aplicación de la legislación de la seguridad social y el código del trabajo.	- Como colaborador interno de la agencia turística (guía turístico), ¿Se siente resguardado a nivel de seguridad social, especialmente en tiempo de coronavirus?	La empresa es cumplidora en los aportes a seguridad social de sus trabajadores según la ley, y se apega a la norma que rige prácticas laborales.
Medio ambiente	La empresa promueve las buenas prácticas ambientales en lugares turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> - Como propietario de la agencia turística, ¿Qué estrategias de cuidado de medio ambiente impulsan? - Como usuario y cliente regular de la agencia turística, ¿Considera que la agencia promueve medidas de cuidado del medio ambiente? 	Las prácticas están encaminadas principalmente a la conciencia, información y prevención a los viajeros, por lo que son pasivas.



Prácticas justas de operación	La empresa cuenta con una relación de negocios óptima con sus proveedores.	- Como propietario de la agencia turística, ¿Cómo construir una relación óptima y transparente con sus	La relación óptima con los proveedores se basa en el ejercicio de pago a tiempo tras el cumplimiento, no se
		proveedores?	cuentan con alianzas o niveles de integración mas fuertes.
Asuntos de consumidores	La empresa brinda información adecuada, garantizando un servicio de atención, apoyo y resolución de quejas.	- Como usuario y cliente regular de la agencia turística, ¿Cuál es la calidad de la atención, apoyo y resolución por parte de la agencia de viajes?	La empresa cuenta con muy buena percepción por parte de sus usuarios quienes destacan la calidad de atención en el servicio.
Participación activa y desarrollo de la comunidad	La empresa resalta el valor de las alianzas y el intercambio de experiencias, recursos y esfuerzos en el desarrollo de una comunidad.	- Como propietario de la agencia turística, ¿De qué manera aporta al desarrollo de la comunidad desde el sector turístico, desde el punto de vista de alianzas, experiencias, recursos y esfuerzos?	Sí, la empresa ha desarrollado alianzas que brinda una puerta al mundo laboral a estudiantes. Un ejemplo son las colaboraciones que han sido realizadas con el SENA y los chicos del programa de turismo para el desarrollo de sus prácticas académicas.

Matriz De Marco Lógico

ÁRBOL DE PROBLEMAS

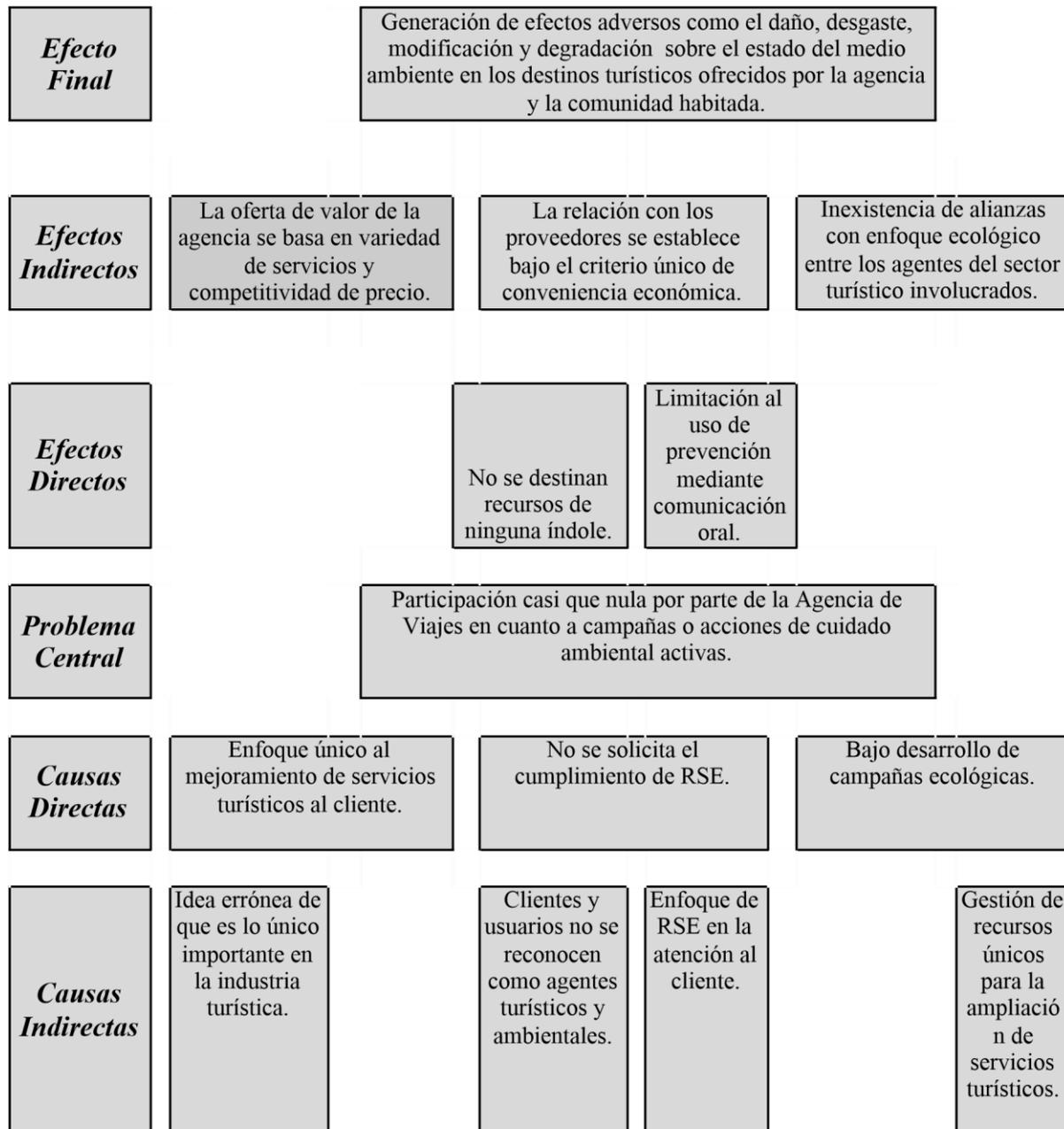


Figura 3.

Fuente. Elaboración Propia

A partir de la identificación de debilidades en algunas materias fundamentales de la RSE, se ha identificado el problema central en el que convergen los aspectos de medio ambiente y prácticas justas de operación. Por lo que se ha focalizado a este como el problema central:

Participación casi que nula por parte de la Agencia de Viajes en cuanto a campañas o acciones de cuidado ambiental activas. En esta problemática se han identificado como causas principales el hecho de que la empresa ha precisado la mayoría de sus recursos en el mejoramiento del servicio al cliente y el producto o servicio ofrecido, así como también la inexistencia de propuestas de campañas ecológicas activas en el sector turístico y sus agentes que al tiempo no contemplan este factor como un requerimiento. Por ello, el gran efecto de la problemática es la generación de efectos adversos como el daño, desgaste, modificación y degradación sobre el estado del medio ambiente en los destinos turísticos ofrecidos por la agencia y la comunidad habitada.

ÁRBOL DE OBJETIVOS

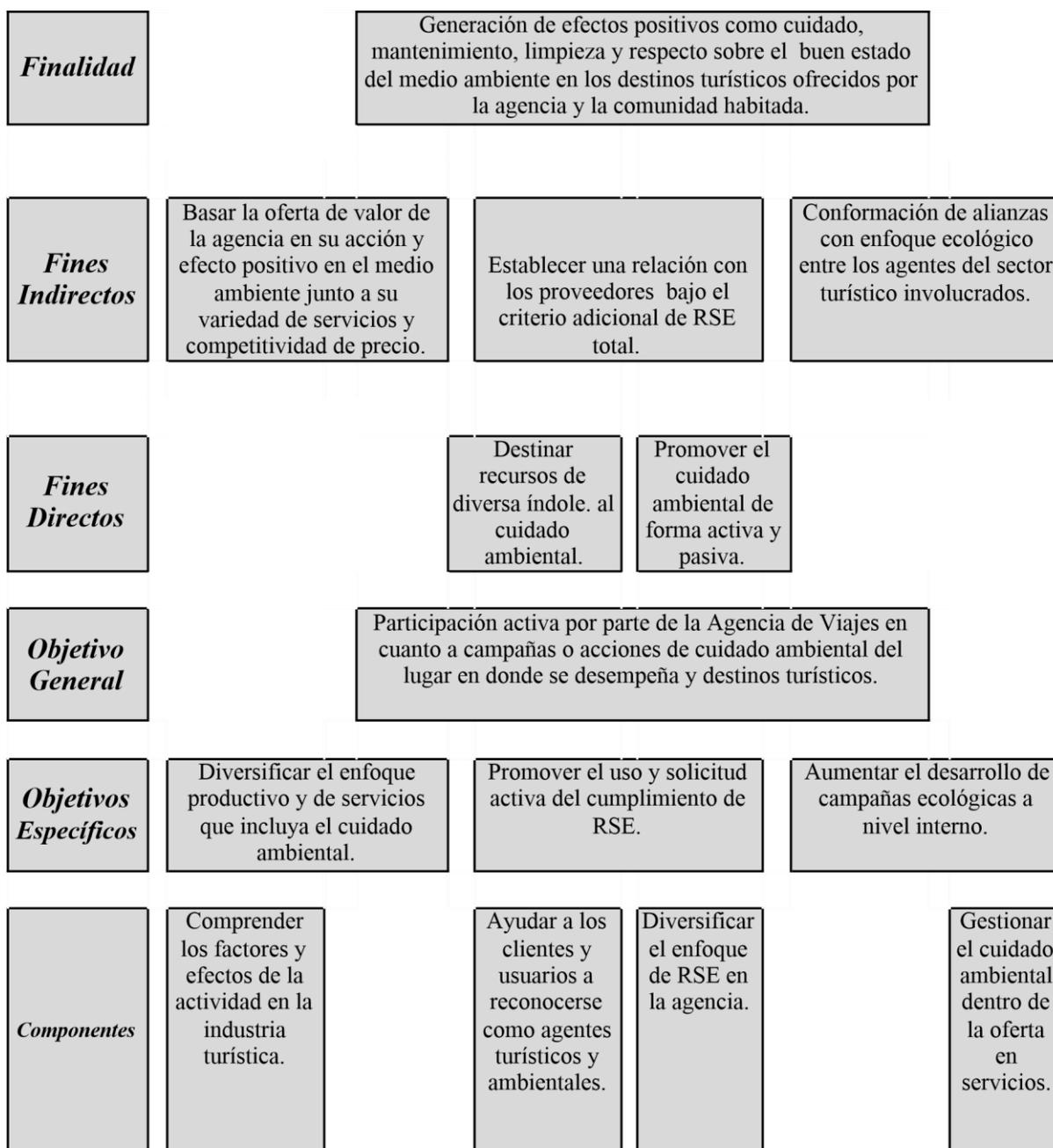


Figura 4.

Fuente. Elaboración Propia

A partir del diagnóstico, la propuesta de plan y mapa estratégico en cuanto a RSE, se concentra en solucionar este problema convirtiéndolo en el siguiente objetivo: Participación activa por parte de la Agencia de Viajes en cuanto a campañas o acciones de cuidado ambiental del lugar en donde se desempeña y destinos turísticos con la finalidad de generar efectos positivos como



cuidado, mantenimiento, limpieza y respeto sobre el buen estado del medio ambiente en los destinos turísticos ofrecidos por la agencia y la comunidad habitada.

Mapa Estratégico

Como parte fundamental de toda organización, el mapa estratégico permite marcar la ruta de acción con elementos fundamentales a considerar para garantizar el bienestar de toda empresa comprendiendo perspectivas financieras, de los clientes, operativa y de aprendizaje. Sin embargo, en apartados anteriores se ha demostrado que el Medio ambiente como materia fundamental no se tenía en cuenta por parte de la agencia de viajes, quien debe comprender que el cuidado del medio y su conservación, garantiza y promueve el atractivo turístico sobre el que la empresa ofrece sus servicios, y por ello, es de su pertinencia tomar partido activo. En tanto a continuación se presenta el mapa estratégico que propone la aplicación de la RSE en la agencia de viajes Escápate mediante la oferta de servicios de calidad y ambientalmente amigables con el entorno, la comunidad y que invita a sus viajeros a tomar acción junto con ellos; por lo que en pro de incrementar su excelencia, se deben fomentar alianzas con otros actores del sector turístico para así obtener inteligencia turística y aumentar generalmente la satisfacción del cliente junto con un aporte a la generación de valor mediante la cultura de innovación permanente y sostenible.

PERSPECTIVA FINANCIERA	Optimizar uso de los recursos financieros.	Oferta de nuevos producto y/o servicios con sentido ambiental.	Aumentar ventas.	Conseguir equilibrio financiero a partir de la inversión ambiental.
PERSPECTIVA CLIENTES	Oferta de servicios diversos, de calidad, accesibles y ambientalmente amigables.	Contribución a la conservación del medio ambiente.	Aumentar la satisfacción.	Oferta de producto turístico bien conocido y de calidad total.
PERSPECTIVA OPERATIVA	Generar sinergias internas y promover la participación.	Promover alianzas estrategias y una comunicación mas fluida.	Incrementar calidad en procesos y enfocarlos a la RSE.	Implementar modelos efectivos de relacionamiento y promoción de servicios.
PERSPECTIVA APRENDIZAJE	Mejorar la productividad mediante motivación y estabilidad.	Realizar inversio I+D-I para obtener inteligencia turística.	Capacitación sobre sostenibilidad y responsabilidad ambiental.	Cultura de innovación permanente.
	Mejorar eficiencia	Incrementar Excelencia	Generar Valor	Crecimiento sostenible

Figura 5.

Fuente. Elaboración Propia

Capítulo IV. Plan De Mejoramiento

En nuestra empresa enfocaremos 4 perspectivas como lo son la financiera cliente procesos internos y personas, la cual contamos con cuatro subprocesos para nuestro plan de mejora inicialmente planteamos objetivo seguidamente las estrategias e indicadores con el fin de adquirir metas

Desde el punto financiero tenemos que garantizar la sostenibilidad de la empresa, como estrategia brindaremos control de los ingresos y los gastos de la operación Los indicadores serán incrementar el capital, disminución de costos y aumento de ventas para que nuestra meta sea aumentar un 40% en ingresos anuales, así mismo desde el punto de vista cliente el objetivo principal es fidelizar y captar mayores clientes en el mercado potencial, como estrategia haremos una base de datos de clientes crearemos necesidades de consumo de servicios turísticos el indicador que nos ayudará es el promedio de clientes activos y un análisis de frecuencia de promociones y vinculación de clientes con el fin de actualizar en cada compra la información de los clientes en un 2% semanal, los procesos internos fortaleceremos e innovamos la relación con los proveedores para cumplir con los tiempos de prestación de servicios como estrategia desarrollaremos un plan de marketing digital de igual manera un cronograma de planeación y control de inventarios como indicador nos basaremos en el análisis de la información de la página web confiabilidad de la información en la capacidad de servicios y controles eficaces y eficientes en los procesos de captación de clientes con el fin de minimizar tiempo de inoperatividad en un 5% semanal, incrementar los descuentos con proveedores por pronto pago

Finalmente desde la perspectiva de personas fomentaremos el bienestar a los colaboradores mediante el clima laboral, capacitaciones, beneficios, la implementación del comité de convivencia laboral, una entrega de incentivos bonificaciones mensuales por cumplir metas;

como indicador de control y seguimiento de los programas de seguridad y convivencia laboral, desarrollo de habilidades y competencias en los cargos con el fin de incentivar un plan carrera con los colaboradores en un 40% en ayudas educativas y mitigar enfermedades laborales en un 90% trimestral

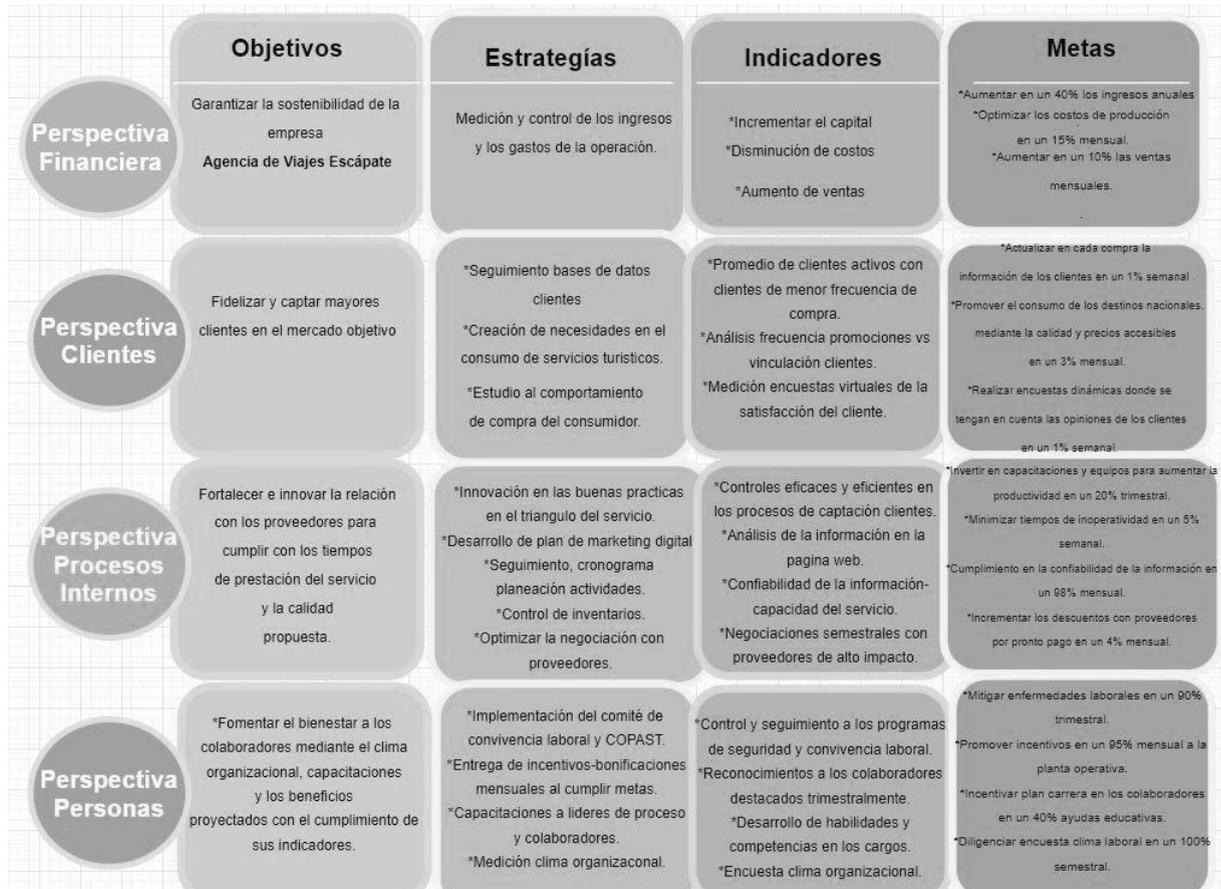


Figura 6.

Fuente. Elaboración Propia

Plan De Acción Y De Seguimiento

Dimension	Objetivo Estrategico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Economica	Garantizar la Sostenibilidad y crecimiento inclusivo de la Agencia de Viajes Escapate	Medicion y control de ingresos y gastos de la operación con la proyeccion en el consumo responsable, mediante alianzas locales donde se prestan los servicios de la industria turistica.	1 año	Optimizar los costos de operación en un 10% mensual. (\$20,000,000) Aumentar en un 10% los ingresos mensuales. (\$25,000,000). Aumentar en un 20% los ingresos anuales. (\$600,000,000)	Incrementar el capital mediante la disminucion de los costos y el aumento de las ventas.
Social	Fidelizar y captar mayores clientes en el mercado objetivo creando igualdad social y progreso.	Seguimiento bases de datos clientes para identificar necesidades y habitos de consumo de servicios turisticos.	1 año	Promover el consumo de los destinos nacionales mediante la mejora continua, innovacion y calidad a precios accesibles en un 5% mensual. (\$30,000,000)	Promedio de clientes activos con clientes de menor frecuencia de compra. Analisis frecuencia promociones vs vinculacion clientes.
Ambiental	Implementar buenas practicas en los diferentes procesos de la organización para fomentar uso adecuado y productividad de los recursos mediante su disposicion y uso responsable.	Cumplimiento de la normatividad mediante programas ambientales según las legislaciones y regulaciones pertinentes con el desarrollo de los principios y objetivos.	1 año	Controlar y cuantificar la disposicion de los recursos y residuos solidos mediante los diferentes programas con seguimiento en un 5% mensual. (\$5,000,000)	Disminucion en el suministro y consumo de agua, energía y residuos solidos, para promover el desempeño ambiental de la agencia hacia los consumidores finales.

Tabla 2. Plan de acción y seguimiento

Fuente. Elaboración Propia

Conclusiones

Las organizaciones se encuentran en constantes cambios globales con base en la dimensión de la ética y la RSE, esto hace que los *Stakeholders* se vean afectados debido a la dirección y gestión de la actividad de cada empresa, todo conlleva a la toma de decisiones tanto en las relaciones internas como externas. En ese sentido el ámbito interno es muy importante debido a su función clave con la inclusión de los principios y valores éticos para equilibrar y evitar beneficios propios actuando con integridad, equidad y transparencia para el desarrollo del recurso humano, a su vez en el ámbito externo se ve reflejado tanto directa como indirectamente cada determinación y por ende deber ser altamente responsable hacia la comunidad con una gobernanza sostenible con cambios fundamentales en las prioridades de los gobiernos y las personas enfocados hacia el adecuado uso de los recursos (ambientales, humanos, financieros y sectoriales).

Toda la información recolectada a partir de los referentes conceptuales investigados la aplicación del análisis externo e interno realizado a través de diferentes herramientas administrativas a la agencia de viajes que permite concluir que a pesar del descenso en el porcentaje de ventas en el año 2020 existan oportunidades potenciales para su sostenibilidad dadas por el panorama económico del sector turismo las bondades naturales del país y sus atractivos turísticos y las apuestas de la empresa para fortalecer su sistema de gestión orientado a satisfacer las expectativas de los clientes y fortalecer su posicionamiento en el mercado

Referencias

- Díaz, N. (2014). Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial. (Spanish). *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*,9 (3), 127–144. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hus&AN=116281275&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- González, A (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo. Recuperado de <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>
- ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto. Recuperado de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Méndez, A., Rodríguez, M & Cortez, K. (2019). Factores determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. *Análisis Económico*,34 (86), 197–217. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=136796612&lang=es&site=eds-live&scope=site>

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.AF49E844&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Moran C., Cardena C., Cordova C. (2019). Características de la Responsabilidad Social Empresarial de las PYMES en Ecuador. Caso de Estudio: Hacienda Nueva Colonia. Revista ECA Sinergia. Vol. 10 N°3, págs. 131-144. Recuperado de: https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i3.1558

Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23 (48), 105-126. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2009000200005

Muñoz, E & Quinteros, M. (2018). *Evaluación de resultados de proyectos sociales, mediante el uso de la matriz del marco lógico, promovidos por el área de RSE del sector banca en Lima Metropolitana en el periodo 2015-2017 : estudio de caso del proyecto “Contigo en tus finanzas en aula” del Banco de Crédito del Perú*. Recuperado de: <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.AF49E844&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Ocampo, O., García, J., Ciro, L & Forero; Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. En: *Entramado*, 11(2). 72-90. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v11n2/v11n2a06.pdf>

Pérez-Ordoñez, María del Coral, Morales-Méndez, Jonathan David (2011). REVISIÓN DE LOS ORÍGENES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR SALUD EN COLOMBIA. *Revista CUIDARTE*, 2 (1),206-215.[fecha de Consulta 22 de Diciembre de 2020]. ISSN: 2216-0973. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3595/359533178017>

Ramírez, M. (2015). Modelos de Gestión de RSE para Empresas. Universidad Externado de Colombia. Cartilla Folleto V4. Recuperado de <https://administracion.uexternado.edu.co/matdi/Otros/responsabilidadSocial/herramientas/1.%20Modelo%20General.pdf>

Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2),328-343.[fecha de Consulta 2 de Marzo de2020]. ISSN: 1317-8822. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>

Anexos

Anexo A. Código de ética.

<https://editor-storage.reedsy.com/books/604576287ad874723898de23/exports/success/5b513941-821e-48>

<2e-9ae5-929ed1be44b0/202103080109-codigo-de-etica2021.zip>

Código De Ética Para La Empresa Escápate

Introducción

La ética es esa disciplina que nos ayuda a perfeccionarnos como seres humanos, en la empresa ESCAPATE el código de ética será indispensable para orientarnos de manera precisa en un marco de informe basados en conflicto de interés, confidencialidad empresarial, conducta interna y favores comerciales, el código de ética cumple una gama principios, claves para ella.

El interés por la ética empresarial está orientado a crear valor en las organizaciones para determinar una serie de principios importantes en el crecimiento inclusivo mediante la gobernanza con líderes que ejerzan y prevalezcan sus funciones con probidad, esto permite que exista transparencia y legitimidad en las acciones para la consecución de los valores éticos que propenden generar competitividad y rentabilidad inicialmente para los accionistas, clientes, proveedores y colaboradores.

Para nuestra agencia **Escápate** es fundamental trabajar en equipo con responsabilidad, honestidad, transparencia y solidaridad, entre otros que a continuación abordaremos.

Confidencialidad Empresarial

Nuestro código de ética en lo que concierne a la confidencialidad empresarial se basa en algunos principios que son de indispensable en nuestra empresa ESCAPATE, se espera de los trabajadores total reserva de la información de la empresa garantizando su actitud con integridad, imparcialidad, transparencia y respeto comprometiéndose cada uno en no divulgar la información sensible de nuestra organización ni en su ámbito laboral, social o familiar.

Los empleados deben mantener la confidencialidad de la información confidencial que les ha confiado la Compañía o sus clientes, excepto cuando su divulgación sea autorizada por un funcionario ejecutivo de la Compañía o lo requieran las leyes o reglamentos. La información confidencial incluye toda la información no pública que pueda ser de utilidad para los competidores, o perjudicial para la Compañía o sus clientes, si se revela. También incluye información que los proveedores y clientes nos han confiado. La obligación de preservar la información confidencial continúa incluso después de que termine el empleo. En relación con esta obligación, cada empleado debe haber ejecutado un acuerdo de confidencialidad cuando él o ella comenzaron su empleo con la Compañía.

Conflicto De Interés

Nuestra empresa nunca debe encontrarse sumergida en los intereses personales de cada trabajador, sino que estos deben dar a conocer sus problemáticas para darles solución oportuna.

Un conflicto de intereses existe cuando los intereses privados de una persona interfieren de alguna manera con los intereses de la Compañía. Una situación de conflicto puede surgir cuando un empleado, funcionario o director ejerce acciones o tiene intereses que pueden hacerle difícil llevar a cabo su trabajo en la empresa de manera objetiva y efectiva. Los conflictos de intereses también pueden surgir cuando un empleado, funcionario o director, o los miembros de su familia, recibe beneficios personales indebidos como resultado de su posición en la Compañía. Préstamos o garantías de obligaciones de los empleados y sus familiares pueden crear conflictos de interés. La mejor política es evitar cualquier relación comercial directa o indirecta con nuestros clientes, proveedores o competidores, excepto en nuestro nombre.

Conducta Interna

Nuestra empresa considera indispensable que los trabajadores deben comportarse de manera respetuosa cual sea el nivel jerárquico que se tenga de lo contrario serán incurridos en sanciones disciplinarias provocando causa de despido. Adicionalmente, los empleados están alentados a hablar con los supervisores, gerentes u otro personal apropiado acerca de cualquier conducta ilegal o poco ética observada, y en caso de duda sobre el mejor curso de acción a seguir en una situación en particular. Es la política de la Compañía no permitir represalias por denuncias de mala conducta hechas de buena fe por los empleados.

Favores Comerciales

Los empleados de ESCAPATE están en obligación de renunciar al soborno de terceros hacia la compañía, no se debe solicitar ni aceptar cualquier dádiva que influya en el proceso de la toma de decisiones relacionada con el ejercicio derivado de su cargo. Nuestros colaboradores están en plena disposición de informar toda situación que se presente como sobornos, dádivas, bonificaciones de alguna índole que involucre al personal, proveedores o clientes, lo cual no se permitirá el abuso de poder para recibir y/o actuar de manera fraudulenta, lo que conlleva a sanciones.

Contravenciones

Ningún empleado de ESCAPATE realizará prácticas relacionadas con el uso de violencia se deben seguir los controles establecidos por la ley para garantizar que en el ámbito de trabajo no se realicen prácticas incompatibles. Nuestros colaboradores de ESCAPATE deben abstenerse a realizar toda clase de comportamientos violentos que afecten el bienestar y clima organizacional, para lo cual se debe cumplir con lo establecido en el comité de convivencia laboral garantizando su objetividad y trazabilidad mediante lo establecido por la ley.

Negociaciones

Ningún empleado de ESCAPATE deberá buscar su propio beneficio sino ser colectivo manejando un nivel alto de transparencia como un acto en común minimizando los hechos de corrupción, también se investigará a fondo cómo y con quien se está negociando si incurre en un acto de corrupción será sancionado.

En nuestra organización se establecen principios indisolubles que permiten el desarrollo sostenible creando valor para lo cual todos los colaboradores los ejercen con total

transparencia e imparcialidad, contrarrestando así actos delictivos mediante una selección, evaluación y registro de proveedores-clientes, para lo cual mediante un adecuado uso de la

información, se espera de los colaboradores efectividad y eficacia para la toma de decisiones, informaran toda situación que genere alguna inconformidad.

Uso De La Información De La Empresa.

Todo trabajador de la empresa Escápate debe dar un buen uso de manera responsable respetando la confiabilidad de los contenidos que ejerce cada empleador o cualquier tipo de información ya sea de orden financiera o de otro tipo. En tanto, Los empleados que tienen acceso a información confidencial no tienen permitido usar o compartir esa información con fines de negociación de valores o para cualquier otro fin, excepto lo que respecta a la conducción de nuestro negocio. Toda la información no pública acerca de la Compañía debe ser considerada como información confidencial.

Cultura, Social Y Religión

Cualquier miembro de escápate deberá tratar a sus compañeros de la mejor forma posible, promoviendo el trato justo bajo una política de cero discriminaciones, no importando su raza cultura o religión respetando a la diversidad y a la igualdad de oportunidades todos deben ser tratados con el mismo respeto. Ejemplos de lo anterior incluye comentarios despectivos basados en características raciales o étnicas y avances o insinuaciones sexuales.

Desarrollamos los programas de:

- Apoyo a las comunidades locales.
- Comunicaciones.
- Contratación de proveedores nacionales e internacionales con causas ambientales y acciones ecológicas activas.
- ESCNNA, tráfico ilícito de flora y fauna, y bienes culturales.
- Promoción del patrimonio cultural y natural.

Marco Normativo

Tanto empleados como empleadores acatan ordenes de revisión fiscal y contraloría para la verificación de la transparencia de nuestra empresa, es deber de esta acatar todos los requisitos exigidos por la ley, en donde se insta que cada empleado debe procurar que se respeten los derechos de los clientes de la empresa, proveedores, competidores y empleados y tratarlos de manera justa. Ningún empleado debe aprovecharse injustamente de nadie a través de la manipulación, ocultamiento, abuso de información privilegiada, tergiversación de hechos materiales, o cualquier otra práctica intencional de trato desleal.

En tanto, cumpliendo con los requisitos de la normatividad y la legislación vigente aplicable a las actividades de la agencia.

- Cumplir con la política de calidad y servicio al cliente
- Cumplir con la política de Seguridad y Salud en el trabajo

- Divulgar a nuestros grupos de interés las buenas prácticas de sostenibilidad
- Promover la compra de productos ambientalmente sustentables y responsables.

Cumplir con toda la legislación colombiana aplicable.

Anexo B. Formato De Recolección De Información

Fecha: Enero 6, 2021
Nombre del Entrevistado: Diana Katherine Forero Acosta Posición: Propietario de la agencia de viajes. Empresa o Comunidad: Escápate, Agencia de viajes.
Objetivo: Recolectar información sobre el estado de las normas internacionales en temas de RSE desde los puntos de vista del propietario, colaborador interno y usuario, para estudiar la norma ISO 26000 en una empresa ser sector turístico.
<p>Preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <p>1. ¿Cuál es la estrategia de motivación que usted usa para con sus guías turísticos?</p> <p>Como propietaria de una empresa pequeña, no solo soy dueño, sino que también jefe y dirigente de varias de las actividades de la agencia de viajes, por ello es muy importante tener un equipo de trabajo motivado y claramente la remuneración es uno de ellos, por lo que procuramos motivar al personal de ventas y asesores turísticos como buenas comisiones como oportunidades permanentes para que disfruten de los paquetes turísticos o tiempo de esparcimiento para los guías turísticos en los destinos.</p> <p>2. ¿Qué estrategias de cuidado del medio ambiente impulsan?</p> <p>Las estrategias como agencia de turismo están encaminadas principalmente a la consciencia, información y prevención a los viajeros de nuestra agencia.</p> <p>3. ¿Cómo construir una relación óptima y transparente con sus proveedores?</p> <p>En lo personal creo que la mejor manera es cumpliendo con los acuerdos establecidos con los proveedores, realizando pagos oportunos y siendo claros en todo sentido para asegurar relaciones duraderas y de alta calidad, ya que de nada sirve quedar mal a los proveedores, puesto que eso promueve las razones por las que una empresa pueda quedar mal a mi agencia.</p> <p>4. ¿De qué manera aporta al desarrollo de la comunidad desde el sector turístico, desde el punto de vista de alianzas, experiencias, recursos y esfuerzos?</p> <p>Consideramos que uno de los mejores aportes y colaboraciones ha sido la realizada con el SENA y los chicos del programa de turismo que allí se preparan, ya que con estas alianzas, los estudiantes adquieren experiencia, inician parte de su vida laboral y nosotros como empresa contamos con colaboradores de calidad y certificados.</p>



Fecha: Enero 6, 2021

Nombre del Entrevistado: **Viviana Lizeth Varon Rubiano**

Posición: Guía turístico de la agencia de viajes.

Empresa o Comunidad: Escápate, Agencia de viajes.

Objetivo: Recolectar información sobre el estado de las normas internacionales en temas de RSE desde los puntos de vista del propietario, colaborador interno y usuario, para estudiar la norma ISO 26000 en una empresa ser sector turístico.

Preguntas:

1. ¿Cuál es el nivel de compromiso que usted tiene con la organización?

Es muy alto porque yo he llegado a sentir que Escápate es una familia, el trato es siempre muy amable, hay espacios para la risa y el trabajo. Yo creo que en parte es debido a que las propietarias son muy jóvenes, y aunque claramente existe el respeto también hay confianza y el buen ambiente.

2. ¿Cómo se asegura su integridad a nivel personal y de salud al momento de laborar?

Mi bienestar a nivel personal por parte de la empresa creo que se puede garantizar en el sentido del cumplimiento y respeto a mis derechos humanos porque no siento que se me haya vulnerado ninguno ni a nivel físico como psicológico, por el contrario, la empresa y mis jefes siempre han ofrecido muy buen trato al momento de laborar.

3. ¿Se siente resguardado a nivel de seguridad social, especialmente en tiempo de coronavirus?

Pienso que lo principal es mediante el cubrimiento de mi seguridad social como trabajador, pero fuera de eso mis jefes suelen estar pendientes de mi estado a nivel general y eso te hace sentir como de que si se preocupan por ti. Además de que siempre se aseguran de generar pólizas de seguro de viaje que cubra emergencias en todo momento; sin embargo, es complejo asegurar el bienestar completo en tiempo de coronavirus, ya que la mejor manera de afrontarlo en la actualidad, es quedándose en casa, sin embargo eso afecta al negocio del turismo y creo que termina poniendo en riesgo el trabajo y estabilidad económica de todos.



Fecha: Enero 6, 2021

Nombre del Entrevistado: **María Smith Martínez Villanueva**

Posición: Guía turístico de la agencia de viajes.

Empresa o Comunidad: Escápate, Agencia de viajes.

Objetivo: Recolectar información sobre el estado de las normas internacionales en temas de RSE desde los puntos de vista del propietario, colaborador interno y usuario, para estudiar la norma ISO 26000 en una empresa ser sector turístico.

Preguntas:

1. ¿Cómo se asegura su integridad a nivel personal y de salud por parte de la organización?

En ese aspecto la empresa a asegurado mi bienestar personal y de salud con la generación de seguro de viajes a cualquier destino turístico al he ido. Además, ahora con la pandemia, los viajes terrestres ofrecidos por la agencia aseguran que siempre usemos antibacterial, y usemos máscaras que incluso la empresa provee; además de la distanciamiento sano, que aunque parece difícil por que muchos de los destinos terrestres ofrecidos son en grupo, si se ha logrado por que los viajeros han respetado las reglas.

2. ¿Considera que la agencia promueve medidas de cuidado del medio ambiente?

Pues creo que sí, aunque es más del tipo que informa y promueve que no se tiren papeles en los espacios, que seamos conscientes de cuidar los destinos turísticos y demás; pero no creo que la agencia tenga acciones activas al respecto.

3. ¿Cuál es la calidad de la atención, apoyo y resolución por parte de la agencia de viajes?

La atención es muy buena, las niñas, que son las dueñas a quienes distingo son muy amables y atentas. Para todo lo que he necesitado he recibido información, incluso me han llamado a comunicarse conmigo antes, durante y después de que he hecho mis viajes con ellos, para asegurarse de que uno esté bien. En realidad, no he tenido ninguna queja con el equipo de trabajo de la agencia. Por el contrario, me la paso recomendando a mis compañeras de trabajo que viajen con Escápate.