

Una reflexión sobre la gestión ambiental del sector hotelero en Santa Marta Colombia como política de responsabilidad social empresarial

A reflection on the environmental management of the hotel sector in Santa Marta Colombia as a policy of corporate social responsibility

Otoniel Humberto Murillo Sanabria¹

RESUMEN

La investigación analiza la gestión ambiental del sector hotelero en Santa Marta Colombia como política de Responsabilidad Social Empresarial en función de compromiso con la mejoría de la calidad ambiental y el gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios. El artículo se sustentó en autores como: Aguilera y Puerto (2012), Correa y Amit (2004), Guédez (2014), Global Reporting Initiative (2011) entre otros. Metodológicamente, la investigación se tipificó como descriptiva, con un diseño de campo, no experimental, transversal. Se identificó una población de 40 sujetos de las empresas hoteleras de Santa Marta. Se trabajó con la técnica censal. Como técnica de recolección de datos, se utilizó un instrumento, tipo escala Licker con 16 ítems, con cinco (5) alternativas de respuesta. Para la evaluación del instrumento se utilizó la técnica del juicio de expertos. La confiabilidad bajo el criterio de Alpha de Cronbach fue alta de 0,858. Los resultados indican que bajo las condiciones de estudio, las empresas hoteleras de la ciudad de Santa Marta desarrollan procesos de gestión ambiental, en función de compromiso con la mejoría de la calidad ambiental y el gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios caracterizando la dimensión como media (2.55) implica por tanto

que el sector hotelero en Santa Marta presenta un comportamiento regular que se traduce en deudas ambientales bajo los términos de responsabilidad social empresarial.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, calidad ambiental, gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente, ciclo de vida de productos y servicios

ABSTRACT

The research analyzes the environmental management of the hotel sector in Santa Marta Colombia as a policy of Corporate Social Responsibility in terms of commitment to the improvement of environmental quality and the management of the impacts on the environment and the life cycle of products and services. The article was based on authors such as: Aguilera y Puerto (2012), Correa y Amit (2004), Guédez (2014), Global Reporting Initiative (2011), among others. Methodologically, the research was typified as descriptive, with a field design, not experimental, transversal. A population of 40 subjects of the Santa Marta hotel companies was identified. We worked with the census technique. As a data collection technique, we used an instrument, scale type with 16 items, with five (5) response alternatives. The expert judgment

¹ Economista, Especialización en Administración de negocios y Magister en Gerencia empresarial. Profesional Grado 3 Sena Centro de logística y promoción ecoturística Regional Magdalena. E-mail: otomsa@misena.edu.co

technique was used to evaluate the instrument. Reliability under the Cronbach's Alpha criterion was high of 0.858. The results indicate that under the study conditions, the hotel companies of the city of Santa Marta develop environmental management processes, based on their commitment to improving the environmental quality and managing the impacts on the environment and the cycle of life of products and services characterizing the dimension as average (2.55) implies therefore that the hotel sector in Santa Marta presents a regular behavior that translates into environmental debts under the terms of corporate social responsibility.

Keywords: Corporate Social Responsibility, environmental quality, management of the impacts on the environment, life cycle of products and services

INTRODUCCIÓN

La actividad empresarial comprende el relacionamiento con distintos actores en diversos escenarios, ocasionado impactos que pueden afectar de manera positiva o negativa a la sociedad y al medio ambiente según lo expuesto por Valbuena y Pico (2013).

Surge entonces el concepto de Responsabilidad Social Empresarial que en términos de Volpentesta (2009) y Yepes (2007) explican que la empresa se obliga ética y moralmente a prevenir y reparar de forma voluntaria y autónoma por los perjuicios causados a la sociedad en los entornos donde ejerce su gestión empresarial.

Por tanto, es un acto de autorregulación y conciencia colectiva empresarial como lo sugiere Martínez (2010) para materializar acciones correctas, y que complementa Yepes (2007), cuando afirma que la organización está alineada para responder moralmente y rendir cuentas al entorno en el corto y mediano plazo.

En este sentido las acciones de responsabilidad social empresarial se abordan desde dos

ópticas: Interna y externa. Particularmente este artículo, tratara la relación externa ejercida por la organización mediante la gestión del impacto ambiental adelantada en el sector hotelero en la ciudad de Santa Marta teniendo en cuenta dos indicadores: el compromiso con la mejoría con la calidad ambiental y el gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y el ciclo de vida de productos y servicios.

La gestión del impacto ambiental

La gestión del impacto ambiental es interpretada por, Aguilera y Puerto (2012) como la manera integral para incentivar el desarrollo económico, social y medio ambiental involucrando la salud, la seguridad, la conservación de la energía, las políticas ambientales, los donativos sociales y las relaciones con la comunidad.

Por su parte Correa y Amit (2004), sugiere que la gestión ambiental empresarial en el corto plazo se circunscribe a la administración de impactos asociados al uso de los recursos naturales, el control de la contaminación, la disposición de los desechos, y la gestión del ciclo de vida de los productos.

Implica por tanto mayor responsabilidad con la salud pública, el acceso al agua potable, el saneamiento básico, la vivienda, la alimentación y el transporte; Además incluye aspectos de carácter global como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad.

Guédez (2014), citando a Hernández, manifiesta que la gestión ambiental debe estar orientada por principios de eficiencia con el fin de aprovechar al máximo los recursos y reducir los gastos como mecanismo para proteger el medio ambiente. Esto implica cambiar la manera de cómo se hacen los negocios, reformar el uso de insumos, disminuir las emisiones y disminuir o eliminar los residuos.

Para el Global Reporting Initiative (2011), la gestión ambiental reconoce los efectos que producen las acciones de la organización en los

sistemas naturales, los ecosistemas, el suelo, el aire y el agua. Por tanto, al asumir prácticas de Responsabilidad Social Empresarial se deben adelantar acciones encaminadas a monitorear los flujos de entrada tales como: el uso de materiales, la energía y el agua por una parte y por otra, los flujos de salida que comprenden las emisiones, los vertimientos y los residuos.

Además de lo anterior, el documento sugiere evaluar el impacto en la biodiversidad y el cumplimiento de la normatividad medio ambiental, por los impactos generados por los productos y servicios. A manera de conclusión, la gestión ambiental dentro de las acciones de Responsabilidad Social empresarial involucra el compromiso con la mejoría de la calidad ambiental y el control del flujo de entradas y salidas por intermedio de la gerencia de los impactos sobre el medio ambiente y por el ciclo de vida de los productos.

Compromiso con la mejoría de la calidad ambiental.

Como lo manifiesta Monjas (2012) el compromiso medioambiental inicia con acciones para reducir los efectos por el calentamiento global; el autor sugiere que la compañía debe adelantar tareas de carácter medioambiental y que en esencia involucran la protección y optimización por el uso del agua, buscando con este propósito mantener un equilibrio entre la inversión empresarial y el riesgo ambiental. Esto significa implementar sistemas de gestión ambiental certificados como un ejercicio claro por proteger la biodiversidad existente en el entorno.

Para Prado, Flores, Prat y Leguizamón (2004) el compromiso de las compañías se concentra por el respeto del medio ambiente y el cuidado del (Aguilera & Puerto, 2012) planeta, adelantando acciones de carácter evaluativo sobre los impactos ambientales, derivados de sus actividades productivas y desarrollando alianzas que estimulen propuestas para el uso de tecnologías amigables junto con el diseño

de campañas para la promoción y difusión ambiental.

De acuerdo al Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social (Ethos 2011) el compromiso con la calidad ambiental no solo parte desde el cumplimiento de las normas ambientales existentes es importante integrar procesos de prevención y mejora del ambiente haciéndola parte de la estructura y planificación de la empresa desde una perspectiva de sustentabilidad ambiental.

Gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios.

De acuerdo al Global Reporting Initiative (2011) Se entiende por gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de los productos y servicios el conjunto de actividades orientadas a evaluar y promover mejoras por el impacto que pueda generarse ante el uso del producto o servicio ya sea en su fase de fabricación o al finalizar su vida útil al medio ambiente.

Como lo manifiesta Rodríguez (2003) hoy las compañías se ven abocadas a gerenciar los impactos ambientales asociado los productos y servicios que fabrican o que prestan por la presión que experimentan ante la legislación internacional y por la competencia de empresas proactivas que ya están en la dinámica medio ambiental

En este sentido de acuerdo al Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social (Ethos 2011) la organización debe administrar los impactos que se generan por los procesos relacionados por la obtención de los producto y servicios, ello significa desde una perspectiva preventiva en primera instancia, desarrollar estudios preliminares de impacto ambiental, generar acciones que ataquen las causas de los impactos, implementar sistemas de gestión ambiental estandarizados y monitoreados

de forma permanentemente; en un ejercicio de trazabilidad que involucra la cadena de proveedores. Por lo anterior el autor reafirma su posición con lo establecido por Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social (Ethos 2011)

MATERIALES Y MÉTODOS

Metodológicamente, la investigación se tipificó como descriptiva, con un diseño de campo, no experimental, transversal. Se identificó como población a 20 hoteles pertenecientes a COTELCO y clasificados por la Norma NTC 5133 como medianos.

Debido a que la cantidad de sujetos seleccionados se considera pequeña, no se

tomara muestra, sino que se trabajara con la totalidad de ellos, conocida como muestra censal. Al respecto, el censo poblacional es definido por Tamayo y Tamayo, M. (2006), como el análisis de todos los elementos que conforman el universo de estudio, por tanto, esta submuestra coincide con la población

Seguidamente de este grupo se tomaron 40 sujetos representados por 20 Gerentes y 20 Administradores tal como se detalla en la tabla 1. Se aplicó la técnica censal dado que la población es pequeña. Para la recolección de datos, se elaboró un instrumento, basado en una encuesta estructurada tipo escala Licker con 16 ítems, con cinco (5) alternativas de respuesta: 1) Nunca, 2) Casi Nunca, 3) Algunas Veces, 4) Casi Siempre, 5) Siempre.

Tabla 1. Distribución de la Población

No.	EMPRESA HOTELERA	GERENTE GENERAL	ADMINISTRADORES	SUBTOTAL
1	Hotel Estelar Santamar y centro de convenciones	1	1	2
2	Hotel Decamerón Galeón	1	1	2
3	Sánha Plus hotel	1	1	2
4	Hotel Santorini	1	1	2
5	Hotel Costa Azul Beach Resort	1	1	2
6	Hotel Mercure	1	1	2
7	Lisimaka sas Park Suite	1	1	2
8	Hotel Catedral Plaza	1	1	2
9	Hotel Betoma	1	1	2
10	Hotel Tamacá Beach Resort	1	1	2
11	Hotel Tamacá Torre Norte	1	1	2
12	Hotel La Riviera	1	1	2
13	Hotel Arahuaco	1	1	2
14	Hotel de la Sierra	1	1	2
15	Hotel San francisco	1	1	2
16	Hotel Tayrona	1	1	2
17	Hotel Valladolid	1	1	2
18	Sansiraka Hotel	1	1	2
19	Del Mar Hotel	1	1	2
20	Porto Bahía	1	1	2
TOTAL		20	20	40

Fuente: Recopilación del Autor e Información de COTELCO (2016)

Para la evaluación del instrumento se utilizó la técnica del juicio de expertos, a través del cual se consultó a cinco (05) especialistas en el área de responsabilidad social empresarial al nivel de maestría. La confiabilidad bajo el criterio de Alpha de Cronbach fue alta de 0,858.

La data obtenida, luego de aplicar el instrumento fueron tabulados y se le aplicaron las técnicas de la estadística descriptiva: Porcentajes, Frecuencias y medias. Este cálculo se realizó con la ayuda del paquete computarizado SPSS bajo ambiente Windows versión 2.0. Finalmente, el análisis se realizó contrastando los resultados

obtenidos en las tablas con los postulados teóricos que sustenta el estudio, a objeto de dar respuesta a las interrogantes y a los objetivos de la investigación. Para efecto de facilitar la comprensión de los datos el investigador ha diseñado el baremo representado en la tabla 2:

Tabla 2. Baremo para la Interpretación de la Confiabilidad

RANGO	INTERPETACION
4.21 – 5.00	Muy alta
3.41 -4.20	Alta
2.51 -3.40	Media
1.81 – 2.50	Baja
1.00 – 1.80	Muy baja

Fuente: Recopilación del autor (2016)

RESULTADOS

En la investigación se analiza los datos aportados por la encuesta aplicada a los sujetos que formaron parte de la muestra, para la Dimensión Gestión del Impacto Ambiental, en función del comportamiento de sus indicadores: Compromiso con la mejoría de la calidad ambiental y Gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios. Para luego comparar los resultados con la teoría que sustenta la investigación.

Tabla 3. Variable Dimensión la Gestión del Impacto Ambiental, comportamiento por Indicador.

Nº	INDICADORFA	COMPROMISO CON LA MEJORÍA DE LA CALIDAD AMBIENTAL		GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	
		FA	FR	FA	FR
1	Muy Baja	8	20,0	9	22,5
2	Baja	10	25,0	11	27,5
3	Media	15	37,5	10	25,0
4	Alta	6	15,0	9	22,5
5	Muy Alta	1	2,5	1	2,5
Totales		40	100,0	40	100,0
Media del Indicador		2,55		2,56	
Categoría		Media		Media	
Media de la Dimensión				2,55	
Categoría				Media	

Fuente: Recopilación propia (2016)

En la tabla 3 se muestran los resultados para la dimensión, la Gestión del Impacto Ambiental, comportamiento por Indicador, al respecto se aprecia la siguiente información: para el indicador compromiso con la mejoría de la calidad ambiental la mayor cantidad de respuesta fue de 15 las cuales equivalen al 37,5% coincidiendo con la categoría Media, seguido de 10 respuestas que equivalen al 25,0% y se corresponden con la categoría Baja, de igual manera 8 respuestas que equivalen al 20,0 % se correspondió con la categoría, Muy baja, 6 respuestas que se corresponden con el 15,0% se ubicaron en la categoría Alta y 1 respuesta que equivale al 2,5% se ubicó en la categoría Muy Alta. La media del indicador fue de 2,55 categoría Media.

Estos resultados indican que las empresas hoteleras en estudio, no están cumpliendo a cabalidad con las actividades de la gestión ambiental, lo cual no solo coloca en riesgo ambiental el entorno y a las comunidades donde operan, sino que además afecta de manera negativa la imagen que proyectan frente a sus grupos de interés.

Estos resultados son contradictorios a lo señalado por Prado, A., Flores, J., Pratt, L., y Leguizamón, F. (2004) para quienes el compromiso de las compañías se concentra por el respeto del medio ambiente y el cuidado por el planeta, adelantando acciones de carácter evaluativo sobre los impactos ambientales, derivados de sus actividades productivas y desarrollando alianzas que estimulen propuestas

para el uso de tecnologías amigables junto con el diseño de campañas para la promoción y difusión ambiental.

En relación al indicador Gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios, se aprecia la siguiente información: 11 respuestas las cuales equivalen al 27,5%, coincidiendo con la categoría Baja, seguido de 10 respuestas que equivalen al 25,0% y se corresponden con la categoría Media, de igual manera 9 respuestas que equivalen al 22,5 % se correspondieron con las categorías, Muy baja y Alta respectivamente, mientras que solo 1 respuesta que se corresponden con el 2,5% se ubicó en la categoría Muy Alta. La media del indicador fue de 2,56 categoría Media.

Los resultados evidencian que las empresas hoteleras en estudio, hacen un manejo que se puede catalogar como medio del Gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios. Situación que puede ser perjudicial para estas empresas ya que si no se maneja adecuadamente el impacto ambiental que pueden producir las actividades de las empresas, se estará cometiendo un ilícito ambiental y se estará poniendo en riesgo la sustentabilidad de las operaciones futuras.

Estos resultados son contrarios a lo señalado por Global Reporting Initiative (2011) para quien el gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de los productos y servicios se orienta a desarrollar un conjunto de actividades de carácter evaluativo y promocional con la finalidad de introducir mejoras para mitigar impactos e carácter negativo que puedan derivarse por el uso del producto o servicio ya sea en su fase de fabricación o al finalizar su vida útil.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados de la investigación se pudo observar que las empresas de sector hotelero de la ciudad de Santa Marta – Colombia, realizan la gestión del impacto en

conjunto a la media de la variable catalogándose como Medio.

Esto significa que si bien desarrollan procesos de gestión ambiental estos no son suficientes para mitigar los impactos generados por las distintas actividades que desarrolla el sector hotelero en su entorno y en el medio ambiente, por tanto ante la poca presencia de planes preventivos y correctivos sus actividades pueden modificar las condiciones de la biodiversidad existente en la zona al mismo tiempo pueden afectar sus relaciones con la comunidad y con sus clientes constituyéndose en una amenaza en el mediano y largo plazo tanto para el entorno como para la estabilidad económica del sector.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al sector hotelero prestar más atención hacia la mitigación del impacto ambiental, con la finalidad de garantizar un ambiente libre de contaminantes y lo que es más importante, preservar el ambiente para las generaciones futuras.

Implica entonces adelantar planes ambientales sostenibles que se orienten hacia la protección y optimización por el uso del agua, implementar planes de monitoreo frecuente a los flujos de entrada en el uso de materiales y la energía. También es importante verificar y controlar los flujos de salida especialmente en las emisiones, los vertimientos y los residuos.

En este mismo sentido sector debe darle cumplimiento de la normatividad medio ambiental internacional, vigente concretamente por los impactos generados por los productos y servicios derivados de la actividad hotelera.

Por tanto, para estos aspectos se hace necesario precisar que: Con relación al compromiso con la mejoría de la calidad ambiental; El sector mediante un pacto se comprometa a reducir los efectos por el calentamiento global, por ello se sugiere implementar sistemas de gestión ambiental certificados y al mismo tiempo

adelantar acciones de carácter evaluativo periódicos sobre los impactos ambientales.

Con relación al gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios. Es recomendable llevar a cabo estudios preliminares y tareas evaluativas sobre el uso de los productos y servicios de la actividad hotelera; a fin de promover mejoras ya sea en su fase de fabricación, desarrollo del servicio y finalización de su vida útil, En este sentido es importante mantener un control exigente sobre la trazabilidad que involucra la cadena de proveedores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera, A y Puerto, P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. Pensamiento y gestión, N° 32 ISSN 1657-6276 Universidad del Norte, 1-26, Colombia.
- COTELCO, (2016) Afiliados Cotelco informativo. Santa Marta Colombia.
- Correa, M. F, S y Amit, A. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. CEPAL Santiago de Chile.
- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social. (Ethos 2011) Indicadores Ethos de responsabilidad social empresarial.
- Global Reporting Initiative, (2011) Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. 1001 EA Amsterdam. The Netherlands.
- Guédez, V. (2014). La RSE en perspectiva. Ideas para su diseño, implantación y evaluación. Venancham, Caracas Venezuela.
- Martínez, H. (2010). Responsabilidad Social y Ética Empresarial. 1ª. ed. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2010. 210 p.
- Monjas, B. Manuel, (2012) Revista de Responsabilidad Social de la Empresa. Enero-Abril 2012 n°10 (vol. 4, n°1). ISSN: 1888-9638. Madrid (pp. 15-57)
- Prado, A., Flores, J., Pratt, L., & Leguizamón, F. (2004). Manual de indicadores de responsabilidad social empresarial para Costa Rica. Alajuela, Costa Rica, INCAE. Proyecto diseño y elaboración de un modelo de RSE para Costa Rica.
- Rodríguez, B. I. R. (2003). El análisis del ciclo de vida y la gestión ambiental. Boletín iIE, 91-97.
- Tamayo y Tamayo, M. (2006) El proceso de la investigación científica. Incluye evaluación y administración de proyectos de investigación. Cuarta edición. México: Limusa Noriega Editores.
- Valbuena, A.; y Pico, F. (2013) Modelo de evolución natural de responsabilidad social empresarial. Facultad de Economía. Maestría en Administración. Universidad Santo Tomas. Bucaramanga, Colombia.
- Volpentesta, J. (2009). Gestión De La Responsabilidad Social Empresaria. Visión, Misión, Estrategia y políticas de la Empresa. Osmar D. Buyatti. Librería Editorial. Buenos Aires. Argentina.
- Yepes, L. G. A, Peña, C. W. y Sánchez, M. L. F. (2007). Responsabilidad social empresarial. Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy. Universidad Externado de Colombia.