



TÍTULO

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL
SECTOR HOTELERO COMO INSTRUMENTO QUE
CONTRIBUYE AL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE,
EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA - ARGENTINA**

AUTORA

Rosanna Elizabeth Bino Raya

Esta edición electrónica ha sido realizada en 2014

Directores
Instituciones
Programa de
Doctorado
ISBN
©
©
Fecha de
lectura

Dra. María de la O Barroso González (Universidad de Huelva),
Dr. David Flores Ruiz (Universidad de Huelva)

Universidad Internacional de Andalucía ; Universidad de Huelva

Programa Interuniversitario de Doctorado en Economía Social

978-84-7993-806-2

Rosanna Elizabeth Bino Raya

De esta edición: Universidad Internacional de Andalucía

20/02/2014



Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas

Usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.

Bajo las condiciones siguientes:

- **Reconocimiento.** Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciadador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
- **No comercial.** No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
- **Sin obras derivadas.** No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

- *Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.*
- *Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.*
- *Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.*

Universidad Internacional de Andalucía

Sede Iberoamericana Santa María de la Rábida



PROGRAMA DE DOCTORADO EN ECONOMÍA SOCIAL

TESIS DOCTORAL

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO
COMO INSTRUMENTO QUE CONTRIBUYE AL DESARROLLO TURÍSTICO
SOSTENIBLE, EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA - ARGENTINA**

Directores: Dra. María de la O Barroso - Dr. David Flores Ruiz

Doctorando: Rosanna Elizabeth Bino Raya

Huelva - España

2013

Agradecimientos.

Mi gratitud a la Dra. María de la O Barroso González y al Dr. David Flores Ruíz, por el tiempo, dedicación y apoyo que le han dispensado a la dirección del presente trabajo, quienes además me asistieron en los estudios, permitiendo profundizar mis conocimientos y aplicarlos a lo largo de la elaboración de esta investigación.

Al Profesor Samuel Egidio Sánchez, por sus aportes y sugerencias durante el desarrollo de la tesis.

A mi amiga María de los Ángeles Rodríguez Puente, por su apoyo y estímulo permanente.

A mi familia que es la razón de mi vida y sostén incondicional en la realización de mi doctorado.

Para finalizar, un agradecimiento muy especial a la Universidad Internacional de Andalucía, sede La Rábida, a quienes la forman, desde sus niveles jerárquicos hasta cada uno de los recursos humanos que integran esta casa de altos estudios, quienes me brindaron no sólo la transferencia de conocimientos, experiencias y saberes, sino principalmente una invaluable amistad, por lo cual se han convertido, todos ellos, en parte de mi vida.

Muy agradecida a todos Ustedes por permitirme cumplir un Sueño tan ansiado.

Rosanna Elizabeth

INDICE

PARTE I: INTRODUCCIÓN	Pag.
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPITULO I: JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL TEMA OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA.....	15
1.1. Justificación y delimitación del tema.....	17
1.2. Objetivos e hipótesis.....	25
1.2.1. Objetivos generales y específicos.....	25
1.2.2. Hipótesis.....	27
1.3. Metodología y estructura de la investigación.....	28
1.3.1. Metodología.....	28
1.3.2. Unidad de análisis.....	37
1.3.3. Variables en estudio.....	38
1.3.4. Ámbito y periodo de aplicación.....	38
 PARTE II: MARCO TEORICO	
 CAPITULO II: SOSTENIBILIDAD.....	41
2.1. Sostenibilidad. Breve reseña.....	43
2.2. Sostenibilidad. Conceptualización. Dimensiones.....	43
2.3. Sostenibilidad y sustentabilidad. Diferencias o similitudes.....	51
2.4. Sostenibilidad: aportes de organismos internacionales y nacionales.....	54
2.5. Los instrumentos que contribuyen a la sostenibilidad.....	61
 CAPITULO III: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: CONCEPTUALIZACIÓN, CARACTERÍSTICAS Y DIMENSIONES.....	65
3.1. Responsabilidad Social Empresarial. Breve reseña.....	67
3.2. Conceptualización de la Responsabilidad Social Empresarial.....	69
3.3. Los términos Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Social Corporativa: similitud y diferencia.....	78
3.4. El surgimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, como respuesta y efecto de la globalización.....	81
3.4.1. Etapas del desarrollo de la responsabilidad social empresarial.....	82
3.5. Aportes de organismos internacionales y nacionales a la Responsabilidad Social Empresarial.....	95
3.5.1. Iniciativas, directrices e indicadores a nivel mundial.....	106
3.6. Las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.....	114
3.6.1. La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión institucional.....	115
3.6.2. La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión sociocultural.....	120
3.6.3. La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión económica.....	124
3.6.4. La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión ambiental.....	128
3.7. Conclusiones del capítulo.....	133

CAPITULO IV: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL TURISMO Y LA HOTELERIA	135
4.1. Turismo y Hotelería. Breve Reseña	137
4.2. Efectos del turismo en el mundo globalizado. Aspectos positivos y negativos	137
4.3. Conceptualización del Turismo. Componentes y subsectores	143
4.3.1. Turismo y Sostenibilidad	148
4.3.1.1. Turismo sostenible. Conceptualización	148
4.3.1.2. Objetivos del turismo sostenible	151
4.3.1.3. Instrumentos que contribuyen al turismo sostenible	152
4.4. Panorama general del sector hotelero y su relación con la Responsabilidad Social Empresarial	157
4.4.1. La Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero: un análisis bibliográfico	164
4.4.1.1. El Sector Hotelero en España	164
4.4.1.2. La Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de Portugal	174
4.4.1.3. La Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de Brasil	175
4.4.1.4. La Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de Argentina	176
4.5. Sostenibilidad, Responsabilidad Social Empresarial y turismo	182
 PARTE III: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA-ARGENTINA	
CAPITULO V: ANALISIS DE LA APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA-ARGENTINA	187
5.1. Panorama turístico de Argentina y la Provincia de Córdoba. Breve reseña	189
5.1.1. El turismo y la hotelería en Argentina	189
5.1.2. El sector hotelero en Argentina	191
5.1.3. El turismo y la hotelería de la Provincia de Córdoba	196
5.1.4. Nuevas tendencias de la demanda actual	197
5.1.5. Nuevas tendencias de la oferta actual	202
5.2. La legislación hotelera de Córdoba: clases y categorías	207
5.3. La Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de la ciudad de Córdoba	209
5.3.1. Resultados de la investigación. Procesamiento y análisis de datos	210
5.3.2. Presentación e interpretación de los resultados	213
CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	239
6.1. Conclusiones generales	241
6.2. Propuestas y Recomendaciones	248
BIBLIOGRAFÍA GENERAL	249
ANEXOS	274
I. LEY DE HOTELERIA DE CORDOBA N° 6483. DECRETO REGLAMENTARIO N° 1359 DEL 05 DE SEPTIEMBRE DE 2000	275
II. MODELO DE ENCUESTA	323

INDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS

Índice de Cuadros:

Cuadro N°1: Estructura metodológica de la Tesis Doctoral	29
Cuadro N°2: Esquema de la sostenibilidad institucional	48
Cuadro N°3: Resumen de los aspectos logrados en río +20	59
Cuadro N°4: Tipos de indicadores	62
Cuadro N°5: Resumen de ideas - fuerza sobre RSE	76
Cuadro N°6: Cuadro resumen de los términos RSE y RSC, similitudes y diferencias	80
Cuadro N°7: Clasificación de los Stakeholder	86
Cuadro N°8: El surgimiento de la responsabilidad social en Argentina	92
Cuadro N°9: Los Diez Principios del Pacto Mundial	97
Cuadro N°10: Los Principios del Código de Ética Ambiental	129
Cuadro N°11: Demanda turística internacional del 2003 - 2010	190
Cuadro N°12: Demanda turística nacional del 2003 – 2010	190
Cuadro N°13: Evolución de la oferta de alojamiento y plazas hoteleras. Años 2003/2008/2009	192
Cuadro N°14: Distribución de la oferta de plaza hotelera y para hotelera según provincia. Año 2009	194
Cuadro N°15: Evolución de los alojamientos de la Ciudad de Córdoba. Periodo 2006/2009	203
Cuadro N°16: Distribución hotelera de la ciudad de Córdoba por categoría, cantidad y porcentajes de hoteles que respondieron a la encuesta	213
Cuadro N°17: Cargo de los encuestados	214
Cuadro N°18: Antigüedad del establecimiento	215
Cuadro N°19: Conocimiento de la RSE por categoría de hoteles	217
Cuadro N°20: La implementación de la RSE determina el compromiso hotelero	221
Cuadro N°21: Tamaño del establecimiento hotelero	222
Cuadro N°22: Relación entre tamaño de la empresa y RSE	223
Cuadro N°23: La RSE debe adaptarse al territorio en el cual opera la empresa hotelera	224
Cuadro N°24: Implementación de gestión de calidad	225
Cuadro N°25: La RSE mejora la sostenibilidad y competitividad	226
Cuadro N°26: La Empresa da a conocer los valores, principios y ética empresarial la empresa	228
Cuadro N°27: La participación de los empleados	229
Cuadro N°28: Se considera la opinión de los empleados en la toma de decisiones	229
Cuadro N°29: Propicia la capacitación y formación de sus directivos y empleados	231
Cuadro N°30: Se contempla el bienestar de sus empleados, directivos y su núcleo familiar	231
Cuadro N°31: Canales de comunicación con sus clientes	232
Cuadro N°32: Participa la empresa, actividades a favor de la comunidad	234
Cuadro N°33: Incentiva la asociación con otros entes sociales	234
Cuadro N°34: Fomenta acciones en pos de políticas pública	235

Índice de Gráficos:

Gráfico N°1: Distribución Hotelera de la Ciudad de Córdoba por categoría	32
Gráfico N°2: Porcentaje de hoteles que respondieron a la encuesta, por categoría	33
Gráfico N°3: Evolución de la oferta de establecimientos en Argentina. Periodo 2000 - 2009	193
Gráfico N°4: Evolución de la oferta de plazas en Argentina. Periodo 2000 - 2009	193
Gráfico N°5: Procedencia de visitantes 2007 - 2010	199
Gráfico N°6: Demanda internacional turística de la ciudad de Córdoba	200
Gráfico N°7: Demanda nacional turística de la ciudad de Córdoba	200
Gráfico N°8: Plazas por tipo de alojamiento	204
Gráfico N°9: Plazas y establecimientos	204
Gráfico N°10: Demanda de alojamiento en la Ciudad de Córdoba, por clases y categorías, 2010.....	205
Gráfico N°11: Conocimiento de la RSE en los hoteles de 1 a 5 estrellas, en porcentaje (%)	215
Gráfico N°12: Conocimiento de los beneficios de la RSE	218
Gráfico N°13: Motivos por los cuales no se implementa RSE en (%)	220
Gráfico N°14: Comunica a proveedores requerimientos sobre el uso responsable y sostenible en su actividad.	233

PARTE I: INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

El panorama mundial que se está viviendo en relación a los aspectos ambientales, sociales y económicos, nos hace reflexionar cómo el hombre puede ayudar a atenuar los impactos generados, motivo éste que ha hecho surgir temáticas importantes que se reconocen como trascendentales en el accionar diario de los organismos e instituciones.

Entre estos temas, aparece la sostenibilidad como estrategia a seguir en el cuidado y mantenimiento de los recursos que nos rodean y como principio generador de soluciones para atenuar efectos negativos.

A su vez el turismo, reconocido como dinamizador de las economías nacionales y regionales, constituye un importante factor de desarrollo local y mundial.

Estos términos, sostenibilidad y turismo, dan origen al turismo sostenible que proviene de la simbiosis de ambos enfoques y permite delinear el modo de actuar de las empresas, organizaciones y personas que intervienen en el sistema turístico.

Sumado a esta iniciativa, hace poco tiempo se ha incorporado un nuevo paradigma del siglo XXI que es la Responsabilidad Social Empresarial, instrumento que posibilita la gestión responsable y sostenible, propiciando buenas prácticas en el accionar de las empresas, vinculadas a los aspectos económicos, sociales y ambientales.

Se vislumbra que la Responsabilidad Social Empresarial es una tendencia en crecimiento con mucho futuro, considerada una inversión y un factor de competitividad.

Esta trilogía, Sostenibilidad, Responsabilidad Social Empresarial y Turismo, no puede estar ausente en la planificación y gestión del desarrollo local, conformando la base de toda política turística.

Diversas investigaciones coinciden en señalar que la Responsabilidad Social Empresarial está en los primeros pasos de su valoración e implementación, aunque cada vez es más creciente la importancia de la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Empresarial en la gestión de la actividad turística en general y en el sector hotelero en particular, como instrumentos que coadyuvan a la jerarquización, sostenibilidad y competitividad de los destinos turísticos.

Este es el motivo de la elección de nuestro tema de tesis y por ser considerado valioso, novedoso e innovador, como se refleja a través de las opiniones vertidas por representantes del sector hotelero, en las encuestas realizadas.

Desde la visión de Argentina en su sector turístico destacamos que se han incorporado acciones a favor de estas temáticas, como se describe en el desarrollo del trabajo y se ratifica en los resultados del mismo.

Asimismo, en el sector hotelero de la ciudad de Córdoba, campo de aplicación de la investigación, se han incorporado similares iniciativas.

Por todo ello, nos proponemos como objetivos de nuestro trabajo, lograr establecer el nivel de conocimiento y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en los hoteles de las diversas categorías de la ciudad de Córdoba, proponiendo al mismo tiempo acciones para optimizar su aplicación.

En ese sentido, se ha podido visualizar la relevancia de contar actualmente con un instrumento, la Responsabilidad Social Empresarial, que facilita a las empresas alcanzar los niveles de exigencia que requiere la demanda actual, trayendo aparejado una sincronización en la organización de los servicios y en la estructura del sistema turístico.

La implementación de la Responsabilidad Social Empresarial debe efectuarse sobre la base de la medición del nivel de implicación en los servicios del sector, que permite identificar sus fortalezas y debilidades, para la planificación de las acciones a desarrollar en la aplicación de dicho instrumento.

Esto configura el aspecto valioso de la Responsabilidad Social Empresarial, ya que los beneficios que produce en la actualidad se transfieren luego a toda la comunidad.

En cuanto al contenido y desarrollo de nuestro trabajo partimos de la concepción e importancia de la sostenibilidad, su relación con el turismo en general y la Responsabilidad Social Empresarial, sus dimensiones y su relación con el sector hotelero en particular.

En los capítulos se desarrolla una parte conceptual, la evolución de la temática, los organismos e instituciones que han creado los instrumentos necesarios y las acciones convenientes en pos de cada uno de los temas que se abordan.

A su vez, se presentan los antecedentes e información, partiendo de un nivel general o mundial, para luego considerar la realidad de Argentina y de Córdoba en particular, que es nuestro campo de estudio.

Por otra parte, se brinda un panorama bibliográfico de estudios realizados a nivel internacional, nacional y local de hoteles que desarrollan la Responsabilidad Social Empresarial en sus ámbitos propios, como marco referencial que puede servir de modelo de desarrollo sostenible en nuestro medio.

Se logró el objetivo de determinar el nivel de conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en los hoteles, considerando que todavía queda mucho camino por recorrer en cuanto a su aplicación en dicho sector.

Con referencia a las propuestas y recomendaciones se hacen en función de las conclusiones, dirigidas a los sectores involucrados en la materia.

Finalmente pretendemos que este estudio sirva como una aproximación y antecedente a tener en cuenta en la consideración del tema abordado y como herramienta básica para la toma de decisiones en el sector hotelero y turístico en relación a la Responsabilidad Social Empresarial.

CAPITULO I

**JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL TEMA -
OBJETIVOS – HIPÓTESIS – METODOLOGÍA.**

1.1. Justificación y delimitación del tema.

En este mundo globalizado, tan cambiante y vertiginoso, el hombre es actor y gestor de acciones, cuyos efectos se están evidenciando día a día en el cambio climático, la contaminación, falta de equidad social, redistribución de la riqueza, escasa valoración, concientización y sensibilidad hacia los recursos naturales y socioculturales que nos permitan una vida digna.

Debido a ello, numerosas organizaciones e instituciones han unido sus voces en pos de luchar por un “desarrollo sostenible y responsable”, en el cuidado y uso consciente de los recursos, con el objetivo de que perduren y sean usados por generaciones futuras y con ello, lograr un tipo de crecimiento económico menos agresivo con el medio ambiente.

El sector empresarial no puede ser ajeno a estas acciones. Por ello, se propone insertar en su cultura organizacional, los principios de la sostenibilidad y la Responsabilidad Social constituyendo la base de los sistemas económicos sociales de los cuales depende la vida de las comunidades locales y las vivencias de sus ciudadanos y visitantes.

El tema abordado en esta propuesta de investigación es la Responsabilidad Social Empresarial, su relación con la sostenibilidad y el turismo, enfocándose específicamente al sector hotelero.

Sus aportes pueden contribuir a un desarrollo local sostenible, reconociendo la trascendencia adquirida por estos conceptos en cualquier política turística actual, como en destinos competitivos y globales.

Es así como en el Informe Bruntland (1987) titulado "Nuestro Futuro Común", presentado a la Asamblea General de las Naciones Unidas por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, define Sostenibilidad como: *“El proceso que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus necesidades”*.

Estos lineamientos se potenciarán a través de la sensibilización y concientización del hombre hacia los mismos.

En relación al concepto de Responsabilidad Social, según Curbelo; Domínguez (2007) es *“considerada no sólo en los aspectos del cumplimiento legal del sector empresarial, sino abordada desde distintas perspectivas, dando respuesta a la sociedad y sus ciudadanos, contribuyendo al desarrollo económico”*.

La Responsabilidad Social Empresarial es la forma en que las empresas se involucran con el territorio donde desarrollan su actividad, con la población local, el medioambiente y los trabajadores.

En Europa esta nueva visión sobre Responsabilidad Social Empresarial ha adquirido un carácter institucional, después de la aprobación del Libro Verde en la primavera del 2001 por el Consejo de Gotemburgo.

La estrategia europea sobre el desarrollo sostenible exige a todos los actores europeos un fuerte compromiso con los objetivos públicos de desarrollo económico, social y ambiental.

En este sentido Perdiguero, García Reche, Encabo Balbín (2005:21) exponen que *“las dimensiones y contenidos sociales de la RSE y las propias estrategias empresariales, deben subordinarse a los ambiciosos objetivos europeos de calidad social y creación de empleo”*.

En relación al turismo, es considerado actualmente una de las mayores industrias del mundo, según la Organización Mundial del Turismo,⁽¹⁾ OMT (2012) que expresa: *“Durante las últimas seis décadas, el*

⁽¹⁾ La Organización Mundial del Turismo, es un organismo especializado, dependiente de las Naciones Unidas. Es la principal organización internacional en la promoción del desarrollo del turismo. Constituye un foro mundial para cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos en la materia. Está integrada por 155 países, 7 territorios, 2 observadores permanentes y más de 400 Miembros Afiliados.

turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo”.

Uno de los motivos por el cual el turismo ha adquirido tal importancia en la mayoría de los países del mundo, es por su extraordinario efecto multiplicador, el cual no sólo genera recursos económicos para quienes desarrollan actividades turísticas, sino también para aquellos que indirectamente se ven beneficiados por el efecto que genera en el destino.

Es a su vez, un factor de desarrollo local, donde muchos territorios están llevando a cabo procesos de recuperación y expansión económica, gracias al dinamismo y evolución de este sector.

Argentina no queda exenta de todas estas nuevas problemáticas y cambios. Por ello tiene un desafío que enfrentar, al ser un país de reciente apertura a los mercados turísticos internacionales, transformándose de un país netamente emisor a un país más receptor, para lo cual necesita contar con infraestructura, recursos humanos y tecnológicos altamente calificados.

Para poder competir con cualquier destino turístico actual, debe incorporar en su sector la gestión sostenible y responsable, que permita un trabajo coordinado e integral de todos los actores participantes y logre una oferta innovadora, calificada y competitiva.

Desde el sector público argentino en los últimos años se han iniciado acciones en relación a la Responsabilidad Social Empresarial. Entre ellas, el Ministerio de Turismo de la Nación impulsó la creación de la Guía de Primeros Pasos en Responsabilidad Social Empresarial para Pymes en el Sector Turismo, un proyecto que se difundió entre las cámaras y asociaciones del sector.

En dicho documento el Ministro de Turismo de la Nación Sr. Enrique Meyer (2008²) se refirió a la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial para la actividad turística y el rol del Estado, manifestando:

...Si bien la RSE es un tema vinculado directamente a los empresarios, entendemos que el Estado también puede jugar un papel importante en la promoción de la RSE. En consonancia con la Ley Nacional de Turismo N° 25997 y las premisas del Plan Federal Estratégico de Turismo sustentable (PFETS), el Ministerio de Turismo promueve la Responsabilidad Social Empresarial a fin de posicionar esta temática en el sector, y al mismo tiempo, aporta herramientas para la incorporación de los conceptos propios de la RSE en las empresas vinculadas a la actividad turística.

A su vez, en el mismo documento el director del Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Buenos Aires (C.E.N.A.R.S.E.C.S), Larocca expresa...” *podemos afirmar que la RSE se constituye como una etapa superadora de la misma ya que, más allá de contribuir al bienestar social, involucra a la gestión empresarial, otorgándole una visión de sustentabilidad y respondiendo desde su manera de hacer negocios a las exigencias de muchos más sectores. Y esas exigencias de los grupos de interés relacionadas con un comportamiento responsable son cada vez mayores*”. (Cap. I: 6)

Apoyando la gestión pública iniciada, el sector privado no se queda atrás y acompaña en este accionar. Es así como lo manifiesta Ulla, L. (2012), Director Ejecutivo del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE), uno de los institutos de trayectoria que promulga la Responsabilidad Social Empresarial en la Argentina, quien expone: “*en 10 años en Argentina, el concepto de RSE ha evolucionado mucho. Hoy, prácticamente no hay ninguna empresa líder que no tenga al menos un área de RSE*”...

Continúa su entrevista explicando cómo percibe el futuro de la Responsabilidad Social Empresarial en el país y a nivel mundial:

...la RSE se va transformando en una variable cada vez más concreta de competitividad. En este marco, considero que si la Argentina aspira a insertarse definitivamente en el mundo deberá también adoptar la RSE como variable definitiva en vista de ser un país competitivo desde lo económico y por la calidad de sus productos, también sean valorados por los procesos sustentables utilizados en su elaboración...

Siguiendo estos procesos es significativo fortalecer las capacidades organizacionales, institucionales y asociativas del sector empresarial y lograr la participación del Estado en este nuevo giro turístico que se está desarrollando en Argentina.

Las propuestas turísticas que ofrecen las provincias de nuestro país, comprenden un abanico de productos y recursos turísticos muy variados.

Entre las mismas podemos citar a la Provincia de Córdoba, provincia mediterránea, ubicada en el centro de la República Argentina. En la misma confluyen como una síntesis de la realidad del país, sus aspectos socioculturales, económicos y territoriales.

En relación a su espacio geográfico encontramos llanuras, lagos, sierras y variada vegetación que le dan a Córdoba el reconocimiento, a nivel nacional e internacional, como la segunda provincia más importante, después de Buenos Aires, desde el punto de vista turístico. También desde sus aspectos económicos es reconocida como un polo agrícola - ganadero, metal- mecánico e industrial.

La ciudad capital reúne las características modernistas de una gran

metrópolis latinoamericana, donde su paisaje se ha visto modificado por una serie de transformaciones edilicias recientes, tales como la construcción de shoppings, numerosos hoteles de cadenas internacionales, remodelación del aeropuerto, construcción de vías rápidas como los nudos viales, entre otras.

Conviven así dos estilos de ciudad diferente: la “ciudad colonial”, con su arquitectura histórico-cultural y la ciudad globalizada, modernista y tecnificada.

Este perfil turístico y cultural de nuestra ciudad y provincia, justifica el hecho de que los sectores directamente involucrados en el turismo, como lo es la hotelería, hayan empezado a incursionar y aplicar los principios y acciones referidos a la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Empresarial especialmente, aún en forma incipiente.

Así se explica el planteamiento de nuestra propuesta de investigación, sobre esta trilogía, sostenibilidad, Responsabilidad Social Empresarial y turismo, como generadores de grandes cambios y aportes a la concientización del hombre hacia la valorización de los recursos y su perdurabilidad en el tiempo, factores esenciales para el desarrollo del turismo y los destinos.

Con los conocimientos adquiridos y los resultados a lograr con este trabajo de investigación, se pretende contribuir con la labor que vienen realizando las instituciones e investigadores, relacionada con la Responsabilidad Social Empresarial en el sector turístico, respondiendo a los objetivos del trabajo.

En relación a la Responsabilidad Social Empresarial como acción emprendida por la hotelería de la ciudad de Córdoba, señalamos que es una temática que se encuentra en una etapa inicial, novedosa para la mayoría de los establecimientos del sector y al mismo tiempo convocante.

De allí el interés por desarrollar este trabajo de investigación que, con carácter multidisciplinar y transversal, pretende realizar una valoración de la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en uno de los subsectores del turismo, enfocando nuestra atención sobre todo en los hoteles de mayores categorías, por cuanto poseen más interés y posibilidades de desarrollar acciones a favor de la Responsabilidad Social Empresarial.

Se consideran solamente los hoteles por ser el tipo de empresa turística con mayor grado de inserción en la ciudad de Córdoba.

No en vano, tal y como recogen Flores Ruíz (2009) y Pulido Fernández (2005), *“estamos ante la empresa turística que primero se desarrolla en los destinos turísticos”*.

Se proponen posteriormente líneas de acción que conjuguen sostenibilidad medioambiental con rentabilidad económico-empresarial, en el ámbito específico de la hotelería.

La búsqueda de la sostenibilidad es una necesidad de nuestro tiempo, una forma nueva de gestión y crecimiento desde distintos aspectos: institucionales, económicos, sociales y ambientales. Es también la apertura a nuevos mercados, internacionalizando la oferta y brindando un servicio de calidad.

Para asumir el reto como un destino turístico que propicia la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Empresarial en sus productos y servicios, es necesario contar con una fuerte participación del sector público y la unión con el sector empresarial, para incorporar en estos actores la conciencia del valor de la gestión responsable en sus servicios, los cuales serán percibidos por la demanda.

Estos beneficios, no sólo serán disfrutados por los visitantes, sino también por los residentes del lugar, lo que contribuirá a una mejora de la calidad de vida de los mismos.

Argentina, como todo el abanico de provincias que la integran, día a día está abriendo sus puertas a una demanda turística nacional e internacional, cada vez más especializada y exigente. Por tal motivo, se reafirma la necesidad de contar con una herramienta que pueda responder a esta nueva demanda.

Es por ello que la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial en el sistema turístico como elemento diferenciador, permitirá competir en los mercados actuales.

De esta forma, el turista elegirá estos destinos no sólo por sus bellezas naturales y atractivos culturales, sino también, por la calidad, sostenibilidad y la gestión responsable en sus servicios, contando con recursos humanos capacitados para enfrentar y poder responder a las exigencias del visitante.

El turismo, por lo mencionado anteriormente, ocupa un lugar preponderante en el accionar político local y nacional, incluyéndolo en las nuevas propuestas y planificaciones gubernamentales de la Provincia de Córdoba y la Nación.

Por todas estas razones consideramos que actualmente el análisis e investigación sobre el grado de aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en el ámbito hotelero de Córdoba (Argentina), se configura como un tema de máximo interés, dado el importante crecimiento que está experimentando esta actividad con la construcción de nuevos establecimientos y el impacto que tiene sobre la sostenibilidad de este destino turístico.

1.2. Objetivos e hipótesis.

Con la exposición realizada hasta este punto, hemos circunscripto el tema de la investigación y presentada la justificación del mismo, que es la Responsabilidad Social Empresarial, delineando las bases principales que se desarrollarán en los próximos capítulos.

Sin embargo, el trabajo de campo y los resultados no se conciben sin un previo planteo de los objetivos definidos para alcanzar el fin previsto y las hipótesis de trabajo, que nos explican la propuesta de investigación.

1.2.1. Objetivos generales y específicos

Siguiendo la descripción del planteamiento de nuestra investigación, podemos mencionar los objetivos generales, de tal modo que su consecución favorecerá el fin último. Ellos son:

- ❖ Determinar el estado del arte de la Responsabilidad Social Empresarial en la hotelería, como instrumento para mejorar los niveles de sostenibilidad en el sector.

- ❖ Apreciar el nivel de conocimiento y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en los hoteles por categorías de la ciudad de Córdoba - Argentina.

De esa forma se ofrecerán servicios acordes con los requerimientos de la demanda actual, donde la sostenibilidad en sus cuatro dimensiones (institucional, económica, sociocultural y ambiental), sean el eje de toda planificación, siendo la Responsabilidad Social Empresarial uno de los instrumentos necesarios que contribuyen a la misma.

Es decir, el turista no sólo seleccionará el destino por sus bellezas particulares, sino por la forma de gestionar, conservar y valorar los recursos humanos, culturales, naturales que posee el destino y de esa forma poder competir con cualquier otro a nivel mundial.

Una vez expuestos los objetivos generales sobre los que se apoya el desarrollo experimental de la tesis, se presentan los objetivos específicos que asisten al mismo y que son los siguientes:

- ❖ Lograr la identificación del sector hotelero de la ciudad de Córdoba - Argentina, por clases y categorías.
- ❖ Determinar el grado de conocimiento e implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en los hoteles por categorías, de la ciudad de Córdoba - Argentina.
- ❖ Reconocer las dificultades que se observan en la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en los hoteles y que llevan a limitar o desestimar las buenas prácticas que puedan realizarse.
- ❖ Proponer programas de acción para optimizar el conocimiento y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en la hotelería de la ciudad de Córdoba.

1.2.2. Hipótesis

De acuerdo a los objetivos planteados se determinan como hipótesis las siguientes:

1. La Responsabilidad Social Empresarial en la actividad hotelera está aún en los primeros estadios de su desarrollo en la ciudad de Córdoba - Argentina.
2. A mayor dimensión de la empresa hotelera, mayores son sus compromisos formales en relación a la Responsabilidad Social Empresarial.
3. La Responsabilidad Social Empresarial debe adaptarse al territorio en el que operan los establecimientos hoteleros.

Estos interrogantes se definen durante el desarrollo del trabajo de campo y se revelan en los resultados obtenidos.

Una vez analizados los resultados logrados, los mismos se reflejan en las conclusiones, que demuestran el conocimiento de la situación en que se encuentra el sector hotelero en relación a la Responsabilidad Social Empresarial.

A su vez, en las propuestas y recomendaciones se sugieren las estrategias a seguir en la planificación del desarrollo turístico sostenible que se determine aplicar en el futuro.

1.3. Metodología y estructura de la investigación

Una vez presentada la propuesta de investigación (los objetivos e hipótesis), nos abocamos a explicar la metodología empleada para la recolección de datos y el desarrollo de la investigación.

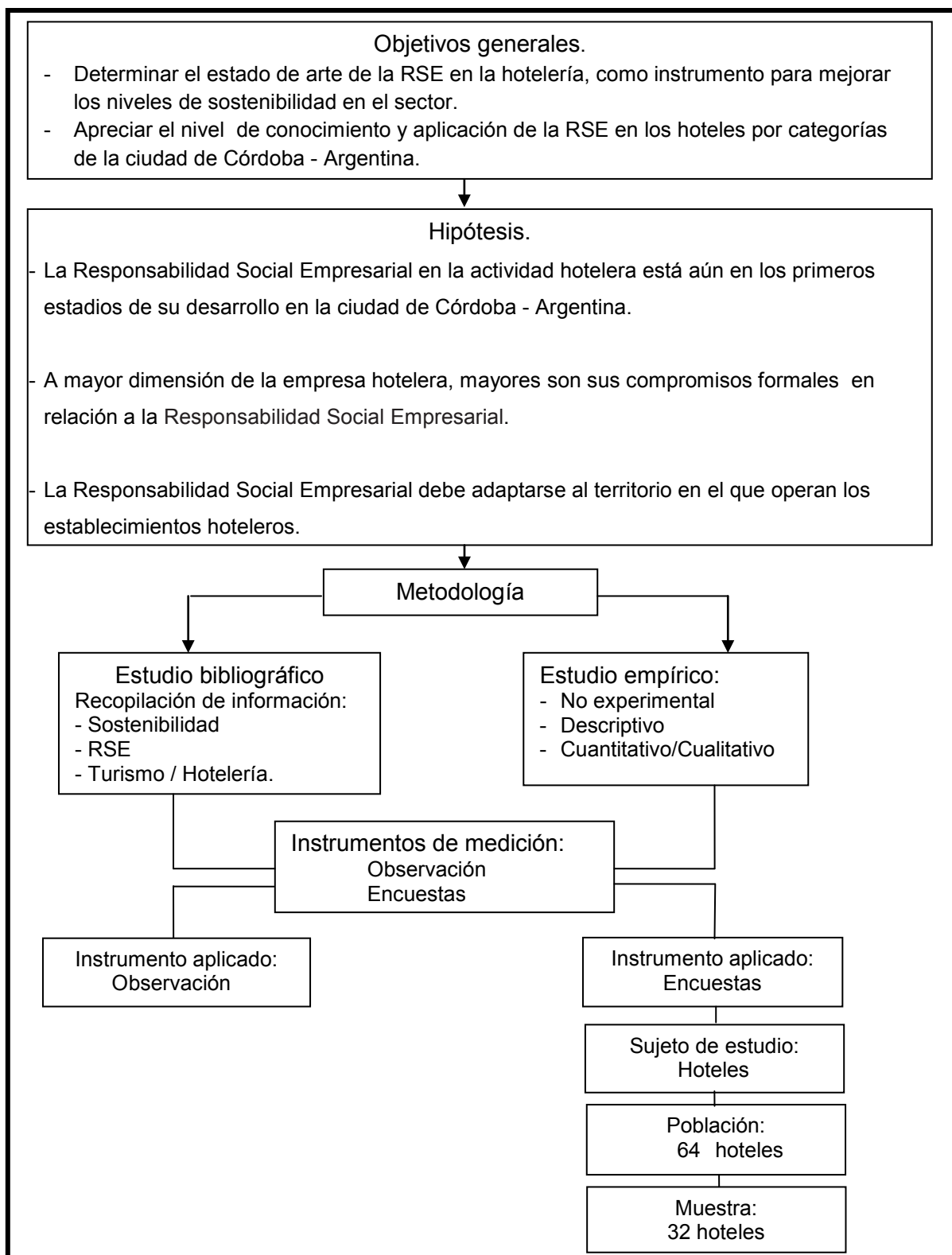
Ejemplo de ello es el tipo de investigación, los sujetos o elementos de estudio, además de los instrumentos de medición y el procedimiento utilizado durante la investigación.

A su vez, en el tratamiento de cada capítulo se hace un análisis en relación a la metodología aplicada en cada uno de ellos.

1.3.1. Metodología.

En el presente apartado se expone la metodología a seguir y explicamos en forma de síntesis los aspectos metodológicos aplicados, a fin de ofrecer una visión global e integrada de los mismos, lo cual se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro N°1: Estructura metodológica de la tesis doctoral



Fuente: Elaboración propia.

a) Metodología general.

La investigación en general se clasifica básicamente en dos tipos: Una, la investigación teórica o pura, que tiene por finalidad entender y explicar las acciones que se desarrollan en relación a un área objeto de estudio y de esa forma incrementar los conocimientos teóricos referidos a ella.

La otra, es la investigación aplicada o técnica, aquella que se realiza sobre hechos concretos y específicos, de carácter netamente empírico, para lo que se vale de conocimientos teóricos que hagan posible explicar ciertos fenómenos.

Una investigación se puede clasificar de acuerdo a diversos enfoques, al análisis de datos, su diseño, el tiempo de estudio, entre otros.

El presente estudio, de acuerdo a su diseño es no experimental, definido como aquél que se realiza sin la manipulación intencional de las variables para ver su efecto y en el que sólo se observan los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos; es decir, no se construye ninguna situación y las variables independientes suceden sin una manipulación previa.

Por otra parte, éste es un estudio de tipo descriptivo, ya que se especifican características de la población en estudio y se recolectan y evalúan datos con el fin de determinar el nivel de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de la ciudad de Córdoba - Argentina, describiendo lo investigado.

Además optamos por este tipo de estudio por ser el más utilizado en turismo, según Pizam (1994:97). El mismo autor señala que *“los estudios descriptivos permiten la utilización de cualquier técnica de recolección de*

datos y se los utiliza con mayor frecuencia en los estudios de casos y en las encuestas”.

Según Ander – Egg (1978) los estudios descriptivos son utilizados a su vez, para *“formular un diagnóstico con el fin de conocer carencias esenciales y sugerir una acción posterior”.*

Sumamos la opinión de Hernández Sampieri y otros (1998) quienes dicen que los estudios descriptivos *“miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar”*, como ocurre en nuestro trabajo cuando nos referimos a las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.

Siguiendo con la descripción de la metodología utilizada, es un estudio cuantitativo puesto que según Feijóo y otros, (2008) *“se fundamenta en lo objetivo, obtiene datos a través de diversas herramientas de recolección de información” (...)* *contrasta los valores obtenidos con los estándares y establece diagnósticos”.*

Al mismo tiempo es un estudio cualitativo por cuanto recolecta y produce información... *“desde la observación personal”...*, según Feijóo.

Ambos aspectos nos permiten verificar el estado de situación de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero local, mediante las herramientas adecuadas, respondiendo así a nuestros objetivos generales.

No obstante, nuestro estudio, además de ser descriptivo, también pretende ser explicativo en la medida en que intentamos encontrar algunos factores que contribuyan a explicar, en cierto sentido, el grado de aplicabilidad de la responsabilidad Social Empresarial del sector hotelero de Córdoba, como paso previo para proponer determinados programas y actuaciones que puedan fomentar y estimular esta aplicación.

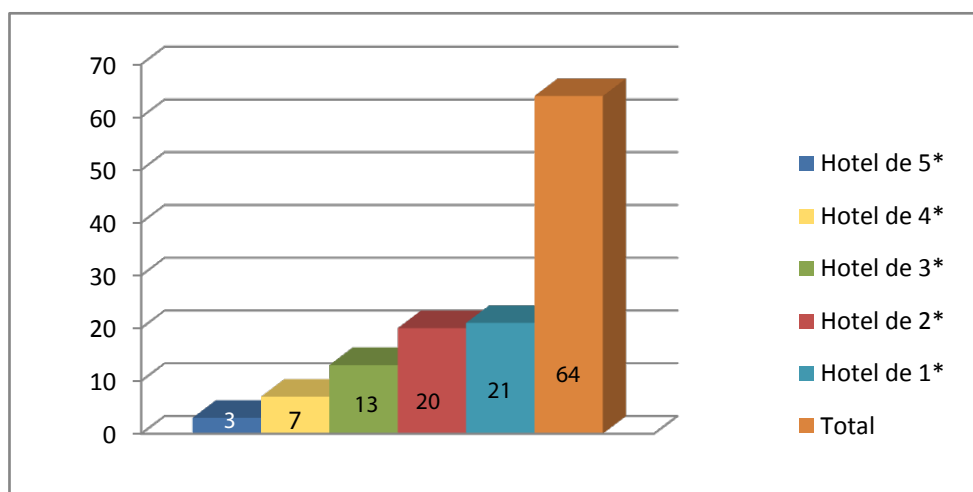
Finalmente nos apoyamos en fuentes bibliográficas y documentales de diversos investigadores nacionales e internacionales, que reafirman el marco teórico de esta investigación.

✓ Los sujetos de estudio.

Los sujetos de estudio son exclusivamente los establecimientos clasificados como “hoteles” de la ciudad de Córdoba, de acuerdo a la Ley de Hotelería Provincial N° 6483 (09/12/80) y su Decreto Reglamentario N° 1359 del 5-9-2000⁽¹⁾.

La distribución y cantidad de los hoteles de la ciudad de Córdoba por categorías, ha sido suministrada por el ente oficial de turismo de la Provincia de Córdoba ⁽²⁾ en base a datos del año 2012, siendo la siguiente:

Gráfico N°1: Distribución hotelera de la Ciudad de Córdoba por categorías



Fuente: Elaboración propia en base a datos brindados por la Agencia Córdoba Turismo.

⁽¹⁾ La Ley N° 6483 y su Decreto Reglamentario N° 1359/ 2000 se encuentran en el Anexo del presente trabajo de investigación

⁽²⁾ Información brindada por la Agencia Córdoba Turismo, ente oficial de turismo de la Provincia de Córdoba (2012).

✓ La muestra.

La selección de la muestra o subgrupo de la población, se puede determinar en forma probabilística y no probabilística. Para nuestro caso en particular se opta por una muestra no probabilística.

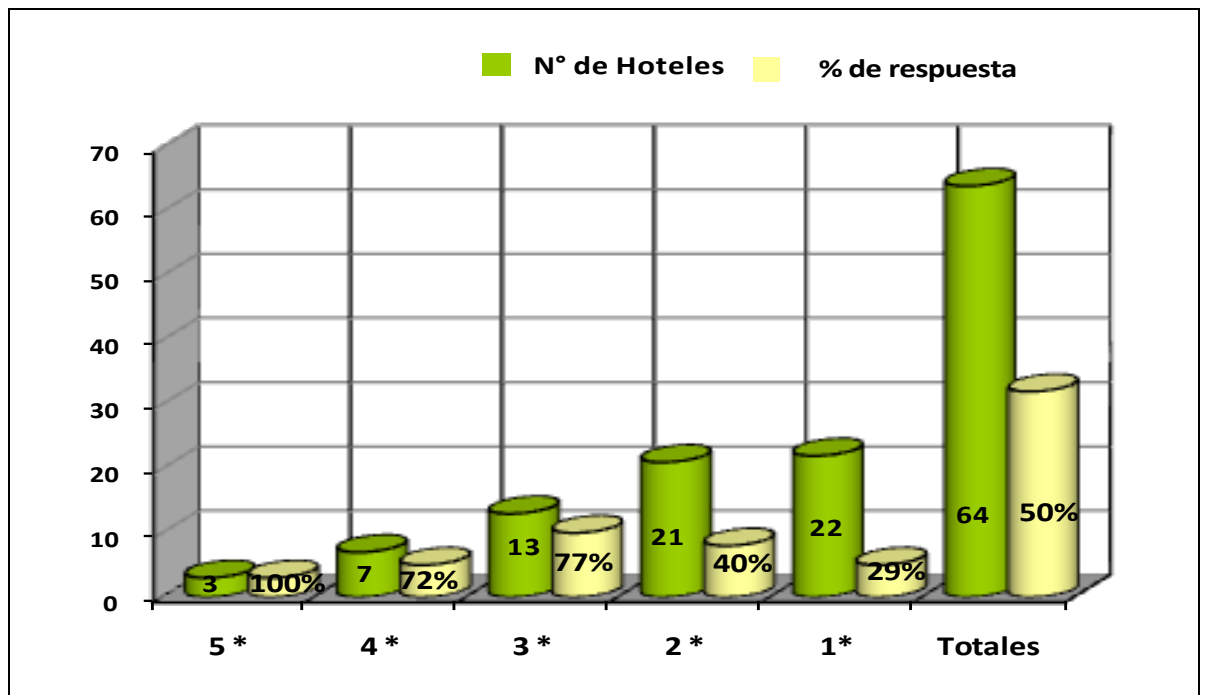
Es decir, se considera a todos los hoteles de la ciudad de Córdoba que son 67 establecimientos de 1 a 5 estrellas, de acuerdo a la categorización oficial y a la base de datos suministrada por el ente oficial (2012), ya indicado.

Una vez realizado el relevamiento en los establecimientos hoteleros se observó que 3 establecimientos de los 67 hoteles se encontraban cerrados, por diversos motivos, quedando determinada la población considerada en 64 hoteles.

Para el trabajo de campo decidimos visitar y encuestar a todos los hoteles, si bien, por diferentes motivos que serán comentados en el análisis de los datos, sólo logramos encuestar al 50% de los 64 establecimientos relevados, siendo su participación voluntaria.

En definitiva, el estudio se realizó en base a una muestra de 32 hoteles de las cinco categorías que respondieron a la encuesta, logrando el porcentaje indicado.

Grafico N° 2: Porcentaje de Hoteles que respondieron a la encuesta, por categoría.



Fuente: Elaboración propia.

b) Técnicas de la investigación.

Las técnicas constituyen elementos precisos, específicos y concretos en la ejecución de una investigación.

En el presente trabajo se utilizan técnicas cuantitativas y cualitativas para el análisis de datos, conforme a la metodología que adoptamos.

✓ Investigación documental.

El presente estudio requiere un análisis minucioso de cierta documentación concerniente a sostenibilidad, Responsabilidad Social Empresarial y turismo a nivel mundial en general y en Argentina en particular, para dar el soporte teórico a la tesis.

Además, se suma a esta labor la documentación brindada por organismos oficiales de la Provincia de Córdoba, relativa al objeto de estudio, el sector hotelero en la ciudad de Córdoba - Argentina.

✓ Instrumentos de medición.

- La Observación.

La observación fue la primera técnica que la ciencia utilizó para obtener datos, que según Barroso (2000) *“es la percepción de los fenómenos a través de los sentidos”*.

Existen dos tipos de observación:

- ✓ La documental, que nos permite dar sustento teórico al cuerpo del trabajo.
- ✓ La observación directa, tanto participativa o interna como la no participativa o externa, según expone Toyos; Massafra (2009)

En nuestro trabajo utilizamos los dos tipos de observación.

- Encuesta.

La encuesta o cuestionario, es un instrumento que nos permite recolectar datos que luego son analizados, procesados e interpretados. Éstos deben cumplir con los siguientes fines:

- Recoger la información que el investigador necesita.
- Establecer el grado de precisión a través de las preguntas que se formulan.
- Determinar el tipo de información requerida y su cantidad.

La encuesta es la técnica más utilizada en los trabajos cuantitativos y se define como: *“la técnica de recolección de datos que utiliza como instrumento un listado de preguntas (cuestionarios,...o formulario...) que recoge información para ser analizada e interpretada estadísticamente, desde una perspectiva cuantitativa.”* Barroso (2000).

El trabajo de campo se realiza a través de una encuesta formulada con una serie de preguntas abiertas y cerradas.

El cuerpo de la encuesta está conformado por una batería de preguntas, en base a los interrogantes propuestos en los objetivos e hipótesis del presente trabajo.

A su vez, se incorporan preguntas relacionadas a los principios de la sostenibilidad y a las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.

Para la formulación de la encuesta, se consultó los lineamientos contenidos en la “Guía de Primeros Pasos para Pymes sobre RSE en el sector Turismo y el Cuestionario de Autodiagnóstico” del Ministerio de Turismo de la Nación Argentina (2008²).

Se tuvo en cuenta además los “Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial” publicado por el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (2003), los cuales se tomaron como punto de referencia, considerándolos importantes por ser fuentes confiables.

En la primera parte de la encuesta se pretende medir aspectos relacionados al conocimiento e incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa hotelera. En la segunda parte se incorporan las variables focalizadas a la Responsabilidad Social Empresarial.

1.3.2 Unidad de análisis:

La unidad de análisis considerada para este trabajo es la planta hotelera y dentro de la misma se contempla en particular los establecimientos denominados “Hotel” de acuerdo a la clasificación establecidas por la Ley de Hotelería N° 6483 (09/12/80), y su Decreto Reglamentario N° 1359 (5/9/2000) de la Provincia de Córdoba.

Analizamos el sector hotelero, como dicen Flores Ruiz (2009) y Pulido Fernández (2005) *“por ser éste el sector que primero comienza a desarrollarse en los destinos turísticos”*.

Esta consideración es muy importante y nos permite justificar la elección del tema, la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero, ya que la relación que hay entre ellos (hotel - RSE) permite contribuir al desarrollo sostenible.

Se investigan sólo “hoteles”, por considerarlos de gran trayectoria histórica – turística y ser la clase de mayor número de establecimientos (64 de un total de 165 establecimientos de todo tipo) teniendo en cuenta el área de aplicación que es la Ciudad de Córdoba- Argentina.

1.3.3 Variables en estudio.

En relación a este aspecto, se contemplan en nuestro trabajo las siguientes variables:

- ✓ Variables de contexto: los hoteles, su cantidad y categorías.
- ✓ Variables de la Responsabilidad Social Empresarial:
 - a. Valores, principios y ética empresarial.
 - b. Público interno, dirección y transparencia de la empresa.
 - c. Gestión laboral.
 - d. El cuidado del medio ambiente.
 - e. Conductas con el cliente y los proveedores.
 - f. Relación de la empresa con la comunidad y el estado.

1.3.4 Ámbito y período de aplicación.

El ámbito de aplicación del presente estudio es el sector hotelero de la ciudad de Córdoba – Argentina.

Período de aplicación: la encuesta se efectuó desde diciembre 2012 hasta marzo 2013.

PARTE II: MARCO TEORICO

CAPITULO II

SOSTENIBILIDAD

2.1. Sostenibilidad: Breve reseña.

En el siguiente apartado se desarrolla lo referente al concepto de sostenibilidad, su significado, origen y los factores que motivan su instauración.

A continuación se señalan cronológicamente las acciones desarrolladas por los distintos organismos, posibilitando de esa forma incentivar la inclusión de un desarrollo sostenible en su actividad.

A su vez, se habla de la trilogía en estudio y que se menciona en la introducción del trabajo: sostenibilidad, Responsabilidad Social Empresarial y turismo. Se explica su importancia y conectividad, en pos de un desarrollo sostenible y responsable.

2.2. Sostenibilidad. Conceptualización. Dimensiones

El surgimiento y uso del término “sostenibilidad” se produce a partir del año 1972, durante la celebración de la Primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente (por ser la primera reunión mundial sobre medio ambiente), celebrada en Estocolmo, lugar donde por primera vez surge el debate sobre la sostenibilidad, motivado por una serie de acontecimientos a nivel mundial. Fue un espacio que permitió establecer los pilares para la Cumbre de la Tierra, que se celebró en Río de Janeiro (1992).

El concepto de sostenible aparece por primera vez en el Informe Brundtland (1987), titulado "Nuestro Futuro Común", presentado a la Asamblea General de las Naciones Unidas por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, definiéndose como: *“El proceso que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus necesidades”*.

Se inicia de esta manera una nueva forma de contemplar los problemas ambientales, que repercuten posteriormente en una nueva tendencia del pensamiento que se denomina “desarrollo sostenible”, un concepto donde se introduce el factor ambiental frente a la gran tendencia de un enfoque puramente económico.

Por otra parte, la Unión Mundial para la Naturaleza (1991), emite otra definición más explícita sobre Sostenibilidad y expresa que:

Es el proceso que permite se produzca el desarrollo, sin deteriorar o agotar los recursos que lo hacen posible. Este objetivo se logra, generalmente, gestionando los recursos de forma que se puedan ir renovando al mismo ritmo que van siendo empleados, o pasando del uso de un recurso que se genera lentamente a otro que lo hace a un ritmo más rápido. De esta forma los recursos se podrán seguir manteniendo para las generaciones presentes y futuras.

A su vez, la Conferencia de Río de Janeiro de 1992, (Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo o Cumbre de la Tierra) fue el espacio donde se institucionalizó el concepto de "desarrollo sostenible" y "sostenibilidad".

Uno de los objetivos de la Conferencia fue elaborar un informe que examinó los cambios en el estado del medio ambiente en los veinte años transcurridos entre las conferencias de Estocolmo y Río.

Se evoca sólo lo manifestado por los organismos propulsores de la misma, ya que las otras interpretaciones parten de la misma base.

Continuando con la conceptualización, hay un sinnúmero de interpretaciones del término Sostenibilidad y desarrollo sostenible, como lo

expresa la OMT (1999) manifestando que *“es un concepto complejo e integral que aglutina diversas pretensiones y enfoques. No sólo ha de entenderse, (...), desde el punto de vista ambiental, sino que también hace referencia a las vertientes económica, social y cultural de cualquier actividad productiva, incluida la turística”*.

Se suman a estos conceptos los aportes de distintos investigadores que se destacan por su connotación sobre del tema. Dichos aportes son:

- Se reconoce la trascendencia del término “sostenibilidad”, que se incluyó por su importancia en el Diccionario de la Real Academia Española. Así lo expone Blasco (2010) en el Diario El País de España.
- Flores Ruiz (2009) quien manifiesta que *“son palabras en boga y muy contemporáneas”* y señala la *“ambigüedad”* del término. Desde la óptica personal, estamos de acuerdo con la postura del autor que expresa:

...a pesar del carácter un tanto abstracto del término “desarrollo sostenible”(...) como visión, enfoque, teoría, etc., representa un nuevo paradigma económico que hace emerger con rotundidad elementos científicos extraordinarios para revolucionar las teorías del desarrollo y de la economía ortodoxa y volver a una relación de armonía y equilibrio entre conservación de la naturaleza y desarrollo socioeconómico.

Analizando las acotaciones, se considera que estos términos se utilizan en todo momento y circunstancia, sin medir el nivel o rigor de los mismos y sostenemos igual que el autor, que es un nuevo paradigma, es decir una nueva forma de ver las relaciones entre economía y naturaleza.

- A su vez, Blasco (2010) manifiesta:
...No será una revolución, sino una evolución (...) las ideas más interesantes y transformadoras del pensamiento contemporáneo:

la incorporación de la solidaridad intergeneracional como elemento del desarrollo (...) el concepto sostenible bien pudiera servir de catalizador de una nueva equidad que permita la prosperidad favoreciendo el acceso a los derechos y la conservación del planeta....

En concordancia con la posición tomada por el autor coincidimos que se está ante un nuevo eje gestor de cambios y forma de actuar en pos de la sostenibilidad. Esta marcada transformación requiere una nueva visión, una innovadora forma de gestionar y actuar ante el medio que nos rodea y según Jiménez Herrero (2003) es...*“adaptativo a las transformaciones estructurales, potenciador del ingenio humano y comprometido con la evolución de la vida, en el contexto de un sistema global, multidimensional y complejo.”*

Para ello, se establecieron numerosas y diversas herramientas. Entre las mismas podemos citar: indicadores, normas, entre otras acciones. De ellas hablaremos más adelante.

Estas acciones, mencionadas en el párrafo anterior, se agrupan en tres principios que según Mc Intyre (1993) en forma general, son los siguientes:

- a) *La sostenibilidad ecológica garantiza que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los recursos biológicos.*

- b) *La sostenibilidad social y cultural garantiza que el desarrollo aumente el control de los hombres sobre sus propias vidas, sea compatible con la cultura y los valores de las personas afectadas, y mantenga y fortalezca la identidad de la comunidad.*

c) *La sostenibilidad económica garantiza que el desarrollo sea económicamente eficiente y que los recursos sean gestionados de modo que se conserven para las generaciones futuras.*

Estos principios son considerados por otros investigadores como las “dimensiones” de la sostenibilidad, reconociendo tres tipos:

- dimensión ecológica o ambiental.
- dimensión sociocultural.
- dimensión económica.

Además de los tres principios o dimensiones de la sostenibilidad mencionadas en párrafos anteriores, actualmente se incluye un cuarto aspecto, el “institucional”.

Se entiende por sostenibilidad institucional *“la capacidad de una institución para generar, por ella misma, los insumos (económicos, políticos, culturales, tecnológicos, sociales) que le permita permanecer en el tiempo y evolucionar de manera autónoma”* Gómez Cabrera (1999).

El mismo autor reconoce que de la sostenibilidad institucional se desprende la “sostenibilidad política y la financiera”.

La sostenibilidad política...*“está relacionada directamente con la pertenencia de las acciones de la institución, y será determinada por las necesidades y oportunidades de las actividades que realice.”*

La sostenibilidad financiera es considerada como...*“la capacidad institucional de generar sus propios recursos, cubriendo, por lo menos, sus costos de operación, en un marco de evolución y desarrollo institucional.”*

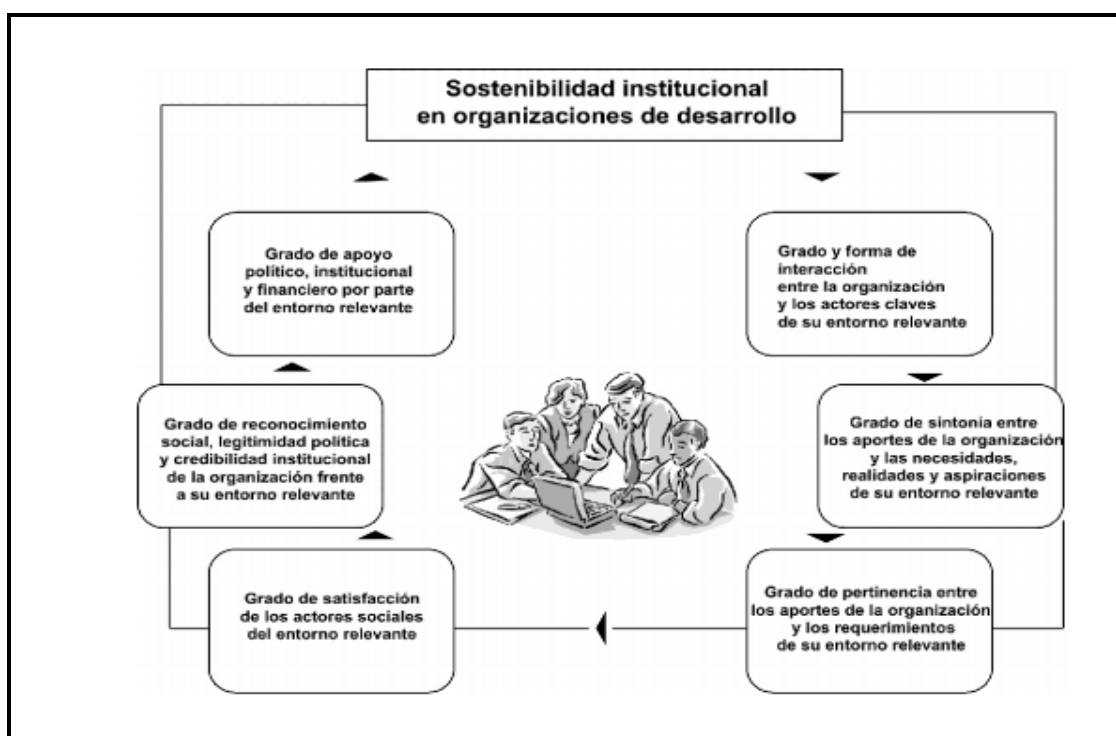
Siguiendo con la interpretación Moctezuma López, Espinosa Sánchez, y otros (2007) manifiestan que la sostenibilidad institucional...*“depende más de la relevancia que logre la organización desde la perspectiva de los actores sociales e institucionales de su entorno que de la eficiencia que logre*

en la gestión de sus recursos, sus medios, lo que implica asumir el contexto como referencia, la interacción como estrategia y la ética como garante de la sostenibilidad.

Estos dos enfoques que parecieran contradictorios en algunos puntos de vista, son coincidentes y ambos nos ofrecen aportes muy importantes.

Para entender mejor el concepto y sus interrelaciones se incorpora el siguiente Cuadro expuesto en el trabajo de Mato, Santamaría, de Souza Silva y Cheaz (2001), donde se observa paso a paso las acciones y sus entornos.

Cuadro N° 2: Esquema de la sostenibilidad institucional



Fuente: La dimensión de “Gestión” en la construcción de la sostenibilidad institucional a partir de Mato, Santamaría de Souza Silva y Cheaz (2001:36)

Los autores Mato, Santamaría de Souza Silva y Cheaz (2001) expresan que para la comprensión de dicho cuadro se debe seguir “ *los macro- pasos de la figura, pero primero en el sentido contrario a los brazos de un reloj*”...

Desde nuestro punto de vista la sostenibilidad institucional reviste el carácter de “transversal”, es decir, como eje central donde convergen los otros aspectos de la sostenibilidad (ecológico, sociocultural, económico) en su actuación.

Reconocemos la diversidad de interpretaciones que se les da a los principios de la sostenibilidad:

- ecológica, sociocultural, económico (Mc Intyre, 1993)
- ecológica, social, cultural, económica (Blasco, 2005)

Para este caso en particular adoptaremos los siguientes términos: sostenibilidad económica, sociocultural, ambiental e institucional.

Continuando con la interpretación de las dimensiones y desde el punto de vista de la actividad turística, observamos que la sostenibilidad de un destino depende de sus dimensiones o sea de los efectos que la actividad turística produce en cada uno de estos ámbitos.

Por ejemplo, en la dimensión ambiental se pretende lograr el equilibrio en la explotación y uso de los recursos naturales, evitando la contaminación del ambiente, como así también la saturación del espacio físico, respetando su capacidad de carga.

La dimensión sociocultural implica atender la relación turista – residente, evitando los efectos negativos del turismo, como abordamos en el ítem 4.2. de nuestro trabajo, atendiendo a la calidad de vida de la población local y a la satisfacción del visitante.

La dimensión económica comprende por una parte, la competitividad de las empresas prestadoras de los diversos servicios turísticos, entre ellas el sector hotelero, tema central de nuestro estudio, las cuales tienen que satisfacer las necesidades de la demanda. Por otra parte, estos beneficios económicos de las empresas involucradas, deben traducirse en un equilibrio entre el desarrollo de sus actividades, medio ambiente y la comunidad, para lograr que sean empresas sostenibles y socialmente responsables.

Es por ello nuestro interés en estudiar esta temática, apuntando asimismo a conocer y determinar la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero, como instrumento que contribuye a la sostenibilidad, buscando a su vez su interrelación con el turismo, motivos que justifican nuestra investigación.

A modo de cierre del presente apartado y desde la óptica personal, entendemos a la sostenibilidad como el nuevo paradigma de la gestión, en defensa de la...”*solidaridad intergeneracional*” “*igualdad jurídica, nueva equidad, longevidad comprometida*” (Blasco, 2010) y a favor de todos los hombres. Es decir, un compromiso global y generacional abarcando los ámbitos institucionales, socioculturales, económicos y ambientales.

Consideramos a la sostenibilidad como una nueva forma de ver la vida y gestionar estrategias con impronta en el cuidado y conservación. Lo trascendente de estas acciones, es saber cómo utilizarlas, materializarlas en planes y políticas, efectuando un seguimiento continuo en su proceso de implementación de los mismos.

Se cree que si marcamos en nuestras raíces humanas estas palabras, se podrá multiplicar y lograr el cambio tan ambicionado, que a nuestro pensar, ya comenzó.

2.3. Sostenibilidad y sustentabilidad. Diferencias o similitudes.

En relación a la interpretación de los términos sostenibilidad y sustentabilidad existen diversas opiniones de los investigadores: algunos sostienen que ambos vocablos son equivalentes y otros piensan lo contrario.

Entre ellos, podemos presentar las apreciaciones sobre desarrollo sostenible y sustentable expuestas por Boullón (2006) quien manifiesta que la primera vez, que se utilizó el término fue en el Informe Bruntland (1987) y la diferencia radica en la interpretación idiomática de los vocablos en cuestión. El mismo autor agrega:

...Es a partir de este informe que se acotó el término inglés "sustainable development", y de ahí mismo nace la confusión entre si existe o no diferencia alguna entre los términos "desarrollo sostenible" y "desarrollo sustentable". La única diferencia que existe entre desarrollo sostenible y desarrollo sustentable es la traducción al español que se le hizo al término inglés, pero nótese que siempre guarda la misma esencia y significado que se dio en el informe de Bruntland.....

Continuando con el tema argumentado por Boullón, se proponen otros trabajos donde se afirma la postura en la interpretación de los términos Sostenible vs. Sustentable.

Con relación a los conceptos en análisis, algunos autores entre ellos Gutiérrez Barba y Thierry Conraud (2011) explican que...*"mencionado el concepto de Desarrollo Sustentable o Desarrollo sostenible y es menester hacer referencia al concepto de sustentabilidad (...) algunos autores utilizan los conceptos como intercambiables (...) Lo cierto es que tanto el concepto de desarrollo sustentable como el de sustentabilidad están en debate semántico, filosófico y pragmático"*.

A su vez, se incorporan otras opiniones donde su connotación es diferente, es decir, se sostiene que ambos términos no son sinónimos y Barber Kuri (2005) lo reconoce como un “anglicismo” ⁽¹⁾ y lo expone en un artículo diciendo:

... la expresión "desarrollo sostenible o sustentable" es un anglicismo (...) que proviene del concepto sustainable development. Pero la expresión sajona sustainable no tiene la misma connotación que el término en español (...), se puede interpretar que la palabra "sustainable" ha sido erróneamente traducida al castellano como "sustentable", cuando dicho vocablo en realidad no existe en este último idioma, independientemente de que cada día sea más utilizado...

Se suma a las ideas anteriores la de Leff (2010) donde expone la falta de claridad en la interpretación de los términos y la utilización de los mismos y lo manifiesta de la siguiente forma:

... la noción de sostenibilidad se ha ido divulgando y vulgarizando,(...) más allá del mimetismo discursivo que ha generado el uso retórico del concepto, no ha definido un sentido teórico y praxeológico⁽²⁾ capaz de unificar las vías de transición hacia la sustentabilidad. En este sentido, surgen los disensos y contradicciones del discurso del desarrollo sostenible...

Como cierre del tema que se viene tratando, sostenibilidad y sustentabilidad y después de cotejar las distintas interpretaciones, se concluye que la diferencia entre los términos radica en la interpretación lingüística y la aplicación de los mismos. Es decir, se aplica más el término desarrollo sostenible, a lo que se vincula con la actividad económica y la equidad en los aspectos económico - sociales y ambientales.

(1) Los anglicismos son préstamos lingüísticos del idioma inglés. Muchas veces son un producto de traducciones deficientes de material impreso o hablado en inglés y otras veces ocurre lo contrario: se crean por la inexistencia de una palabra apropiada que traduzca un término o vocablo específico.

(2) Praxeología es la ciencia que estudia la estructura lógica de la acción humana (praxis).

A su vez, el desarrollo sustentable se relaciona más con los hechos ambientales, en defender y custodiar los recursos naturales...”*de esta forma los recursos se podrán seguir manteniendo para las generaciones presentes y futuras*” (Unión Mundial para la Naturaleza ,1991) es decir, propiciar el cuidado de los recursos naturales a largo plazo, de allí surge el enigma en el manejo de los recursos renovables y no renovables, por sus tiempos de perdurabilidad.

Vistas las dos posturas conceptuales (sostenibilidad y sustentabilidad) a los efectos de este trabajo, nos adherimos al concepto de sostenibilidad por considerarlo más amplio en su alcance, ya que enfoca no solamente el aspecto ambiental sino también la actividad económica, social y cultural, aunque varios autores aplican indistintamente ambos términos como sinónimos.

2.4. Sostenibilidad: aportes de organismos internacionales y nacionales.

La sostenibilidad como tal, surge como respuesta ante la necesidad de atenuar los diversos factores e impactos negativos en el uso de los recursos naturales y culturales.

Ejemplo de ello, son los constantes efectos que sufre la naturaleza, tales como: contaminación, degradación de los suelos y deforestación, que trajeron como consecuencia el cambio climático.

Cambio éste, que se traduce en pérdida de especies naturales y animales, el calentamiento global, deshielo en los polos, cataclismos, tsunamis del Océano Índico – diciembre 2004 (OMT, 2012), el terremoto en Haití, enero 2004 (OMT, 2012) entre otras consecuencias. Efectos muchas veces producidos por el hombre en los recursos naturales y que repercuten fuertemente en los mismos.

Se suma a lo mencionado, los efectos que el hombre causa a sus pares, como lo manifiesta Blasco (2010)...*“cómo podíamos consentir que se explotaran personas para tener más camisetas o electrodomésticos, que la vida valiera tan poco en tantas partes del mundo”...*

Es decir, el hombre en su ambición de poderío económico desmedido, ha llevado a un trato discriminado, condiciones laborales desfavorables, asilamiento, hambre, hasta el maltrato a sus pares. Es aquí donde la ética, la moral y la responsabilidad social deben intervenir en bien de la sostenibilidad.

De allí surge la sostenibilidad como una necesidad de buscar un término que englobe las acciones y los parámetros de las mismas. Esto motiva que día a día instituciones y organismos instrumenten documentos para delinear cómo actuar ante estos factores e impactos. Es tal la

envergadura que alcanzó dicho término, que es reconocido como instrumento de numerosas políticas y acuerdos internacionales.

A continuación se mencionan algunas acciones y acuerdos internacionales logrados con el objetivo de aunar esfuerzos en la implementación, concientización y sensibilización de la sostenibilidad, en el desarrollo del territorio.

Entre los acuerdos políticos podemos citar:

- El Informe del Club de Roma que determina “los límites del crecimiento”, (1972). En él se describen las posibles consecuencias a largo plazo de las tendencias demográficas, del crecimiento económico y del consumo de los recursos naturales. (Vargas, Vaca, García de Soto (2004). En: Álvarez Rivas, de la Torre (1992)).
- La creación del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), organismo que "tiene como misión dirigir y alentar la participación en el cuidado del medio ambiente, informando y dando a las naciones y a los pueblos los medios para mejorar la calidad de vida, sin poner en riesgo las de las futuras generaciones.
- El Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2000): Es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas ⁽¹⁾.
Por su número de participantes, el Pacto Mundial es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo. En el Capítulo siguiente sobre Responsabilidad Social Empresarial, se profundizará el presente tema.

(1) Ver Cuadro N° 9

- Convenio sobre el Patrimonio Mundial, Cultural y Natural: se llevó a cabo en la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en su 17a reunión celebrada en París del 17 de octubre al 21 de noviembre de 1972.

En el citado convenio se hace un llamado de atención sobre el deterioro que se está viendo e indica cómo luchar en pos del cuidado del patrimonio, acciones a seguir y cómo se clasifica cada uno de los tipos de patrimonio natural y cultural, entre otras manifestaciones.

- Carta de Aalborg: Fue aprobada en la “Conferencia Europea sobre Ciudades Sostenibles”, celebrada en Aalborg (Dinamarca) entre los días 24 y 27 de mayo de 1994, bajo el patrocinio conjunto de la Comisión Europea y la ciudad de Aalborg y organizada por el Consejo Internacional de Iniciativas Ambientales Locales (ICLEI).

La Carta de Aalborg fue firmada inicialmente por 80 autoridades locales europeas y 253 representantes de organizaciones internacionales, gobiernos nacionales, centros científicos, asesores y particulares.

Este compromiso fue suscripto por las ciudades, poblaciones menores y unidades territoriales de Europa que se comprometieron a participar en las iniciativas locales del Programa 21 (Agenda 21) y a desarrollar programas a largo plazo hacia un desarrollo sostenible, a la vez que iniciaron la campaña de ciudades europeas sostenibles.

- Consejo Internacional para las Iniciativas Ambientales Locales (International Council for Local Environmental Initiatives) “ICLEI”. Se crea en 1990 con el amparo del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y de la Unión Internacional de las Autoridades Locales (IULA).

El ICLEI es una asociación democrática e internacional de gobiernos locales y asociaciones de gobiernos locales, nacionales y regionales.

Su objetivo es desarrollar campañas y programas que abordan temas de sustentabilidad local, a la vez que protegen los bienes comunes globales

(tales como calidad del aire, clima, agua), y vinculan las acciones locales con objetivos y metas acordados internacionalmente. Existe ICLEI para América Latina y Caribe propiciando los mismos objetivos propuestos.

- La 2° Conferencia de Ciudades Europeas Sostenibles: se desarrolló en Lisboa - Portugal en 1996. Representantes de 1.000 autoridades locales y regionales de toda Europa se reunieron en dicha Conferencia cuyo objetivo fue informar “El Plan de Acción de Lisboa: de la Carta a la Acción” y consideraron:

.....la situación del proceso de la Agenda Local 21 en 35 países europeos y evaluaron los progresos realizados desde la celebración de la Primera Conferencia en Aalborg, Dinamarca, en Mayo de 1994...

...Firmando la Carta se comprometieron a participar en el proceso de desarrollo y consecución de un consenso entre sus comunidades locales, sobre un plan de acción a largo plazo hacia la sostenibilidad (Agenda Local 21).

- La Cumbre Extraordinaria Río + 5 New York: se celebró en 1997, cuyo cometido fue la “revisión de los objetivos establecidos en Río 1992”. Echeverría; Aguado Moralejo (2001).

- El Protocolo de Tokio: documento adoptado en diciembre 1997 y gestado con el objeto de atenuar los impactos ambientales de los países industrializados y sus efectos sobre el cambio climático:

...en virtud de este Protocolo, los países industrializados se comprometieron a reducir al menos un 5% sus emisiones de seis gases de efecto invernadero (dióxido de carbono, metano, óxido nitroso, hidrofluorocarburo, hidrocarburo perfluorado y el hexafluoruro de azufre) entre 2008 y 2012 con relación a los niveles de 1990. OIT: Turismo y Desarrollo Local (2004).

- Comisión de las Comunidades Europeas (2001): Desarrollo sostenible en Europa para un mundo mejor: Estrategia de la Unión Europea para un desarrollo sostenible. Propuesta de la Comisión ante el Consejo Europeo de Gotemburgo. En este documento se plasman las estrategias, los objetivos y medidas a seguir en pos de un desarrollo sostenible a largo plazo en Europa.

- Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible: Celebrada en Johannesburgo – Sudáfrica, desde el 2 al 4 de septiembre de 2002, donde los Estados y organismos participantes reafirmaron el compromiso de luchar a favor del desarrollo sostenible.

- Cumbre de Río + 20: Las últimas acciones desarrolladas sobre el tema sostenibilidad, se concretaron con la realización de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible llevada a cabo en Río de Janeiro – Brasil, en 2012.
Después de 20 años de la primera Cumbre, motivados por los organismos y países intervinientes, se interesaron en analizar y proponer un modelo de mundo donde queremos vivir en los próximos veinte años. Los dos temas que se plantearon fueron:

✓ *Cómo construir una economía ecológica para lograr el desarrollo sostenible y sacar a la gente de la pobreza, y cómo mejorar la coordinación internacional para el desarrollo sostenible.*

✓ *Se trata de una oportunidad histórica para definir las vías hacia un futuro sostenible, un futuro con más empleos, más energía limpia, una mayor seguridad y un nivel de vida digno para todos.*

El lema a seguir después de la Cumbre Río +20 según las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, fue el “Informe de la Economía Verde”, programa que determina los principios de crecimiento económico, empleos decentes y eliminar la pobreza.

A continuación se incorporan algunas apreciaciones sobre los temas planteados por considerarlos importantes. Los mismos son extraídos del portal de las “Naciones Unidas, Río +20 el Futuro que queremos” y que se exponen en el siguiente cuadro:

Cuadro N°3: Resumen de los aspectos logrados en Río +20

<p>La inversión de sólo un 2% del PIB (producto interno bruto) mundial en diez sectores claves, los de la agricultura, la construcción, la energía, la pesca, los bosques, la manufactura, el turismo, el transporte, el agua y el manejo de desechos, puede poner en marcha una transición hacia una economía baja en emisiones de carbono y que aproveche los recursos.</p>
<p>La ecologización de la economía puede producir un crecimiento del PIB y del PIB per cápita en los próximos 5 a 10 años si las cosas siguen como están.</p>
<p>Se calcula que con una economía verde, en 2050 la demanda mundial de energía sería cerca de un 40% menos,...gracias a los adelantos sustanciales en el rendimiento energético.</p>
<p>Una inversión en economía verde supondría reducir en un tercio las emisiones de carbono actuales para el año 2050.</p>
<p>La transición hacia la economía verde creará nuevos empleos...en particular en los sectores de la agricultura, la construcción, la energía, la silvicultura y el transporte.</p>
<p>El tránsito hacia una economía verde se está produciendo en una escala y a una velocidad nunca vista antes. Para 2010, se esperaba que las nuevas inversiones en energía no contaminante llegasen a una cifra récord entre 180 a 200 mil millones de dólares de los EE.UU., frente a 162 mil millones de dólares registrados en 2009.</p>
<p>La inversión mundial en energías renovables crece impulsada por las economías emergentes (países que no pertenecen a la OCDE), cuyo porcentaje en la inversión mundial en recursos renovables aumentó del 29% en 2007 al 40% en 2008, mayormente en Brasil, China y la India”.</p>

Fuente: Naciones Unidas, Río +20 el Futuro que queremos (2012)⁽¹⁾.

La Cumbre Río +20 es un espacio de deliberación importante donde el “hombre reflexiona y visualiza su horizonte mundial”, “dónde está

(1) Información Disponible en: www.un.org/es/sustainablefuture/sustainability.shtml

parado y dónde quiere llegar” con sus intervenciones en los distintos entornos que utiliza. Es el ámbito donde se gestan los instrumentos y las bases a seguir para futuros proyectos sobre planificación de la sostenibilidad en los distintos sectores.

A modo de corolario del presente apartado, la sostenibilidad, como venimos mostrando, es el nuevo aire que surge como respuesta a las inquietudes de delimitar y concientizar al hombre en el manejo de los recursos y los efectos en relación con el medio natural.

Es por ello que a partir de los años setenta, organizaciones, investigadores y ambientalistas inician sus reclamos para frenar las acciones y atenuar los impactos generados por la implementación de un modelo de crecimiento y desarrollo económico ilimitado.

También como respuesta a una realidad donde el hombre, en su afán de tener y poder, ha perdido la razón en los aspectos trascendentales tales como la institucionalidad de la ética, los valores, el respeto entre sus pares y con el medio natural que lo rodea. Modelo éste donde el hombre en su afán de poderío, de obtener logros inconmensurables al costo que sea, sin medir consecuencias ni barreras, es el escenario actual que vivimos.

Analizando los efectos y experiencias, nos surgen algunas inquietudes, tales como: ¿Podrán los recursos naturales actuales abastecer las generaciones futuras?

Esto es un llamado de atención y concientización para reconocer la importancia en el manejo sostenible de los recursos naturales como culturales, ya que si no es así, se encamina a un horizonte sin futuro, donde nuestra naturaleza peligra y la brecha de la desigualdad entre los hombres es cada vez mayor, con más número de habitantes en los límites del hambre y la pobreza.

2.5. Los instrumentos que contribuyen a la sostenibilidad

Siguiendo con el tema, se presentan algunas herramientas e instrumentos que son utilizados y sirven para delimitar y concientizar al hombre en el manejo de los recursos, atenuar el impacto en el medio ambiente y de esa forma lograr la sostenibilidad en su gestión.

Diversos instructivos, manuales, indicadores y documentos son aplicados por las organizaciones, empresas en general y otras actividades, por ejemplo en turismo y hotelería. Entre los mismos podemos citar:

- a. Indicadores: los indicadores son unidades o estándares de medición que nos permiten evaluar y controlar distintas variables a analizar.

Existe un sinnúmero de indicadores y depende de las variables que se estudie y los niveles de aplicación (nacional, regional, específicos, empresas, entre otros).

Los indicadores fueron reconocidos a nivel mundial en “*La Conferencia de las Naciones Unidas de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo (Río 1992)*”, como un instrumento que permite establecer una unidad de medida, el nivel de su implicación y su relación con el desarrollo sostenible.

...”*la Comisión sobre el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, en su tercera sesión de Abril de 1995, adoptó el Programa de Trabajo sobre los Indicadores de Desarrollo Sostenible, que culminará con la elaboración de una lista de 58 indicadores y metodologías que pueden ser utilizadas por todos los países* “. OIT (2004).

Se agrega a las apreciaciones señaladas precedentemente, el siguiente esquema donde se muestra la clasificación de los indicadores según tipo y función de los mismos.

Cuadro N° 4: Tipos de indicadores

a. Indicadores Descriptivos: <i>una magnitud asociada a un sistema o fenómeno que puede desempeñar una función descriptiva (conocimiento del estado y de la evolución de un sistema). Vargas, y otros (177: 2004).</i>
b. Indicadores Valorativos: <i>apreciación de los efectos de una acción sobre el sistema. Vargas y otros (177: 2004).</i>
c. Indicadores de Contenidos: <i>Aquellos que muestran el estado de un sistema. Sikdar (2003).</i>
d. Indicadores de Desempeño: <i>Aquellos que miden el comportamiento de un sistema. Sikdar (2003).</i>

Fuente: Elaboración Propia en base a Sikdar (2003) en Sánchez Báscones y otros (2010). Vargas; Vaca; García de Soto (2004).

En el desarrollo del presente trabajo de investigación, se exponen las diversas aplicaciones de los indicadores en general, según muestra el cuadro precedente y a su vez, teniendo en cuenta los temas en estudio: sostenibilidad, Responsabilidad Social Empresarial y hotelería.

- b. Global Reporting Initiative (GRI): Organización fundada por CERES y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) en 1997 en los Estados Unidos. Es una organización sin fines de lucro que tiene como objetivo la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones. Su Secretaría se encuentra en Ámsterdam a partir del 2002 y cuenta con diversas sedes en el mundo. Es la responsable de la creación de un Documento Marco para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad. El mismo...*"incluye la Guía para la elaboración de Memorias, establece los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social."* OMT (2005).

c. Organización Internacional de Normalización (ISO) (1947):

Organismo dedicado a la creación de normas y certificaciones internacionales, cuyo objetivo es determinar la estandarización de normas relacionadas a productos, seguridad e higiene, empresas e instituciones, (público- privada).

Permite concientizar y delimitar los procesos de gestión de las empresas e instituciones. Ejemplo de ello, son las Normas ISO 9000 – 9001: Sistema de Gestión de Calidad. ISO 14.001: Sistema de Gestión Medioambiental.

d. Instituto Argentino de Normalizados y Certificación (IRAM):

Organismo dedicado a la creación y adaptación de normas para el buen desempeño en el país. Es una organización sin fines de lucro, fundada en 1935 por diversos sectores institucionales y el gobierno entre otros. Por su labor lograda, el IRAM fue reconocido como “Organismo Nacional de Normalización”, por continuas legislaciones nacionales y en 1994 fue ratificado por Decreto del Poder Ejecutivo Nacional N° 1474 de 1994, en el marco del Sistema Nacional de Normas, Calidad y Certificación, organismo dedicado a la educación e implementación de las Normas IRAM para el sector Turismo y la Responsabilidad Social Empresarial.

Ejemplo de ello son las creadas para la actividad turística: Norma IRAM SECTUR Argentina 42200 (2008) Hotelería: Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente.

En relación al turismo, se incorpora la sostenibilidad como base de la actividad turística, en la planificación de productos y destinos turísticos y en otras acciones más.

Este tema se expone con mayor énfasis en los Capítulos IV y V del presente trabajo. En cuanto a la relación Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial, se desarrolla en el siguiente capítulo.

Como síntesis del tema abordado y cierre del presente capítulo, se puede entender a la “sostenibilidad” y al “desarrollo sostenible” como un nuevo prototipo.

De allí la importancia que ha adquirido esta problemática y que se refleja en la preocupación constante a nivel mundial, por parte de toda la sociedad, plasmada en las numerosas iniciativas y acciones de organismos nacionales e internacionales en pos de la sostenibilidad y que acabamos de exponer, como un llamado de atención y concientización sobre el tema.

Para el logro de la sostenibilidad se deben tener en cuenta sus aspectos institucionales, sociales, económicos y ambientales, con el objetivo de sensibilizar, concientizar, educar al hombre en el manejo y uso responsable de los recursos, para aprovechamiento y disfrute por generaciones futuras, es decir, alcanzar “un planeta mejor, más justo y comprensible para todos”.

CAPITULO III

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: CONCEPTUALIZACIÓN, CARACTERÍSTICAS Y DIMENSIONES.

3.1. La Responsabilidad Social Empresarial. Breve reseña

La Responsabilidad Social Empresarial es una disciplina innovadora y muy actual. Sus comienzos datan de mediados del siglo pasado, aunque su implementación en el sector empresarial es muy reciente. Es reconocida actualmente su incorporación en numerosos países.

El desarrollo del presente capítulo aborda en una primera instancia, los aspectos relacionados a la Responsabilidad Social Empresarial, su conceptualización, orígenes, sus aportes y los instrumentos que contribuyen a su gestión.

En una segunda parte del capítulo, se analizan los cuatro principios o también llamadas dimensiones que respaldan la sostenibilidad (expuestas en el apartado 2.2. del presente trabajo), siendo las mismas: económicas, socio- culturales, ambientales e institucionales.

Dimensiones éstas, que se manifiestan en el turismo y en la Responsabilidad Social Empresarial, como instrumentos que contribuyen a la sostenibilidad.

Es por ello, que para la formulación de los interrogantes propuestos en las encuestas aplicadas en la planta hotelera de la ciudad de Córdoba, se consideraron las cuatro dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial, a saber:

- La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión institucional.
- La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión socio-cultural.
- La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión económica.
- La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión ambiental.

Estas dimensiones se citan en forma separada, pero se reconoce que en la gestión de los procesos internos y externos de las empresas, se interrelacionan unas con otros en forma sistémica, para lograr de esa forma los objetivos planteados institucionalmente.

A su vez, cada uno de los factores intervinientes, se exponen en una primera instancia con sus significados y sus aportes en forma general, para luego manifestar las apreciaciones en relación a la Responsabilidad Social Empresarial en la actividad turística y más precisamente en el sector hotelero.

Finalmente manifestamos que este capítulo se elaboró en base a un minucioso análisis documental bibliográfico, respondiendo a los criterios de pertinencia y nivel de actualidad, expuestos por los autores consultados y considerando casos prácticos relacionados a los temas citados.

3.2. Conceptualización de la Responsabilidad Social Empresarial.

Mencionar el término “Responsabilidad Social Empresarial” conlleva a variadas interpretaciones. Para ello, se analizó exhaustivamente el trabajo de diversas instituciones e investigadores y gracias a sus aportes conceptuales, observamos que las numerosas definiciones propuestas, surgen de una misma base, gestada desde la creación del Libro Verde (2001). En el mismo se esbozan los pilares de la Responsabilidad Social Empresarial y la define de la siguiente manera:

La Responsabilidad Social Empresarial...”Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores”...

A partir del concepto presentado, cada autor y organismo le dio su enfoque y particularidad, revalidando o agregando alguna postura que es común a su objetivo institucional.

Nos adherimos a la opinión plasmada por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (2002-2003[?]) en su documento “*Algunas Definiciones de RSE*” reconociendo que “*dado que no existe una definición única acerca de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), sino que se trata de un concepto en permanente evolución y desarrollo, desde el IARSE consideramos preciso ir conformando una definición dinámica de lo que estas prácticas significan*”.

La lista de autores y organismos que interpretan conceptualmente la Responsabilidad Social Empresarial es interminable. Se mencionan algunos,

por su reconocida trayectoria y para enriquecer el presente estudio. Entre ellos, podemos citar a:

- ✓ Organización de las Naciones Unidas (ONU), Organización para la Corporación y Desarrollo Económico (OCDE), Organización Internacional del Trabajo, (OIT - 2006), World Business Academy, Comisión Europea (2006), Instituto de Estudios de Economía, Evaluación y Empleo de Andalucía (2008), Organización Mundial del Turismo (2011) IQNet SR 10 (2011:16), Instituto de Empresas y Responsabilidad Social Ethos (2008), Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE - 2002).

- ✓ Carroll (1999), Castillo (1985), Curbelo y Domínguez (2007), Blanco Prieto (2008), Túnez López; Valarezo González (2012), Valor Martínez; de la Cuesta González (2003), entre otros numerosos autores.

Los mismos propusieron diferentes formas conceptuales, pero todas ellas convergen en la base de la definición propuesta en el Libro Verde (2001).

Antes de continuar con el desarrollo de este tema, se hace necesario aclarar sobre el uso de los términos Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Social Corporativa: los mismos se explicitan en el ítem 3.3. donde se expone la similitud y diferencias de ambos términos.

A continuación y a fin de ilustrar mejor la presente investigación se incorporan los “conceptos” de Responsabilidad Social Empresarial abordados por diversos organismos e instituciones a nivel internacional y nacional, por considerarlos fuentes fidedignas en el tema.

Las interpretaciones conceptuales sobre Responsabilidad Social Empresarial son:

a. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).

Aporta su concepto de Responsabilidad Social Corporativa:

La Responsabilidad Social Corporativa relaciona a la empresa con la sociedad en la que actúa y representa su nivel de compromiso para con sus empleados, clientes, inversores, proveedores, comunidad y grupos de interés. Es un concepto que abarca el cumplimiento regulatorio, las cuestiones culturales referidas al entorno en las que se encuentran insertas las empresas y las cuestiones éticas y morales. La Responsabilidad Social Corporativa se refiere a perfeccionar, cultivar y profundizar la relación existente entre la empresa y la sociedad a través de las acciones llevadas a cabo por las empresas. OCDE, Responsabilidad Social Corporativa- Iniciativas Privadas y Objetivos Públicos, p. 1-19, 2001. En: Muro (2003)

b. Organización Internacional del Trabajo, (O.I.T.: 2006).

La responsabilidad social de la empresa (RSE) es el reflejo de la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad, y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que sólo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la legislación.

c. La Comisión Europea⁽¹⁾ (2011) ha propuesto una nueva interpretación

(1) La Comisión Europea, es una de las siete instituciones creadas por la Unión Europea (la cual se rige por un sistema interno con régimen de Democracia Representativa); dicha comisión está conformada por: El Parlamento Europeo, la Comisión Europea, Consejo Europeo, el Consejo, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, el Tribunal de Cuentas y el Banco Central Europeo. La Unión Europea es un organismo intergubernamental y supranacional, conformada por 27 estados, establecida bajo ese nombre en 1992 según el Tratado de Maastricht. (Portal: Unión Europea, mayo 2013).

de la Responsabilidad Social en Empresas que expresa lo siguiente:
Para asumir plenamente su responsabilidad social, las empresas deben aplicar, en estrecha colaboración con las partes interesadas, un proceso destinado a integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su estrategia básica,(...) La complejidad de este proceso dependerá de factores como el tamaño de la empresa y la naturaleza de sus operaciones. Para la mayoría de las pequeñas y medianas empresas, especialmente las microempresas, es probable que el proceso de RSE siga siendo informal e intuitivo.

- d. Parlamento Europeo: define a la Responsabilidad Social Empresarial en los siguientes términos:

Es la integración voluntaria de las consideraciones medio ambientales y sociales en las actividades empresariales, además de las exigencias jurídicas y las obligaciones contractuales; opina que las políticas de RSE debe promoverse por derecho propio y no como sustitución de una reglamentación adecuada en otros ámbitos, ni como un intento encubierto de introducir legislación...

- e. Global Compact. La Responsabilidad Social Empresarial es:

...la incorporación en las estrategias de una empresa del respeto por los valores éticos, por los empleados, por la comunidad y el medioambiente a través del desarrollo de acciones de relaciones con la comunidad en la cual está inserta la empresa. Muro (2003).

- f. Organización Mundial del Turismo (2011) expone:

La RSE (también conocida bajo los nombres de civismo empresarial, responsabilidad empresarial o responsabilidad social corporativa) es una autorregulación voluntaria de las empresas mediante la que se

comprometen a supervisar su propio cumplimiento con las normativas y la legislación en materia de ética. Suele cristalizar en la elaboración anual de informes internos para que las empresas evalúen su impacto sobre el medio ambiente, las comunidades, los consumidores y el resto de agentes implicados.

g. Instituto ETHOS (2008) de Empresas y Responsabilidad Social, de San Pablo, Brasil, considera a la Responsabilidad Social Empresarial como:

...la forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad, al preservar recursos ambientales y culturales para generaciones futuras y al respetar la diversidad y promover la reducción de las desigualdades sociales...

El instituto ETHOS incorpora el conocimiento de sostenibilidad (Informe Bruntland (1987)) apoyado con la frase “establecimiento de metas (...) compatibles con el desarrollo de la sostenibilidad (...), es decir usa los ejes de la sustentabilidad: cuidar, concientizar, valorar, reducir, palabras clave de toda acción.

h. Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE):

Responsabilidad Social Empresarial, es:

...Un compromiso integral de la empresa, asumido en toda red de relaciones (incluyendo a accionistas, empleados, consumidores, proveedores, gobierno, medio ambiente y comunidad). Creemos que su ejercicio agrega valor al éxito empresarial y abre nuevas oportunidades para la construcción de una sociedad más justa y sustentable. Muro (2003).

i. Otras interpretaciones de la Responsabilidad Social Empresarial desde el punto de vistas de diversos investigadores:

- Valor Martínez; de la Cuesta González (2003) dicen que la Responsabilidad Social Empresarial sería:
... como el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos. Por tanto la RSC afecta a la propia gestión de las organizaciones, tanto en sus actividades productivas y comerciales, como en sus relaciones con los grupos de interés...
- Según Túnez López y Valarezo González (2012: pp. 61-66) *...”la legitimidad es una obligación derivada del respeto a las normas vigentes y la legitimación social ha de entenderse como la búsqueda de la aceptación formal de la ciudadanía a las prácticas que desarrolla la organización o la empresa, más allá de las relaciones puramente comerciales”.*
- Blanco Prieto (2008: 193-203)...*“es esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio”.*
- A fin de contribuir y sumar ideas, se incluyen las expuestas en la “Guía de Primeros Pasos en la Responsabilidad Social Empresarial para Pymes en el Sector Turismo” del Ministerio de Turismo de la Nación Argentina (2008) donde enfatiza diciendo:*...”es un concepto que ha llegado para recordarnos esta relación de la empresa con su entorno... pasar de la visión de la “empresa*

narcisista”, que sólo se preocupa por obtener beneficios, a la nueva visión de la “empresa responsable”...

A continuación se expone un cuadro- resumen conformado a través de las ideas principales o pilares en que se sustenta la Responsabilidad Social Empresarial, logradas gracias al análisis de los aportes de diversos autores y organizaciones citados en los párrafos anteriores.

Cuadro N°5: Resumen de Ideas - Fuerza sobre RSE

- ✓ Es una acción voluntaria por parte de las empresas, organizaciones e instituciones.
- ✓ Se concibe como una relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos llamados Stakeholders.
- ✓ Es más que el cumplimiento de las obligaciones jurídicas; se considera que rebasan el mero cumplimiento de la legislación.
- ✓ Postula la implementación de prácticas comerciales respetuosas.
- ✓ Propicia la estabilidad social, económica y ambiental, también llamado el “triple resultado / triple bottom line⁽¹⁾”
- ✓ Concertar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.
- ✓ Propone la ventaja competitiva si se aplica como estrategia empresarial.
- ✓ La RSE es una inversión y no un gasto y se tiene que proyectar a largo plazo.
- ✓ Se considera la Responsabilidad Social Empresarial como una herramienta que permite a las empresas involucrarse con el territorio (población local, medio ambiente, cultura, recursos, trabajadores, etc.) donde desarrollan su actividad. En relación a estas ideas, el Libro Verde apoya esta postura y lo expresa en el ítem: “Comunidad local” diciendo: *“Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en que se insertan, sobre todo de las comunidades locales, proporcionando puestos de trabajo, salarios y prestaciones, e ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas dependen de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan”.*
- ✓ Fomenta la Igualdad de género: Las prácticas responsables de contratación, en particular las no discriminatorias, podrían facilitar la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas.

Fuente: Elaboración propia en base a los autores nombrados en este ítem.

(1) Triple Resultado o triple bottom line, expresión inglesa utilizada por primera vez por John Elkington en 1994 en sus artículos. Es un término utilizado en los negocios sustentables y se refiere al resultado neto expresado en el último renglón del estado de resultados contables de una empresa, relacionado a las tres dimensiones: social, económica y ambiental. (Elkington, (1994) Towards the Sustainable Corporation: win-win-win business strategies for sustainable development. California Management Review, v. 36, n. 2)

A modo de cierre del presente apartado se observa que los conceptos, como se indicó en el comienzo del mismo, reconocen que Responsabilidad Social Empresarial es “una acción voluntaria por parte de la empresa, en el uso responsable de los recursos y su relación con la sociedad, en que la misma está inserta”.

Se incorpora como distintivo y valorable los aportes de Ethos que incluye lo “ético y transparente con todos sus públicos... y metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad”...

Una vez presentadas las ideas - fuerza o pilares que sustentan el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, proponemos un concepto propio que engloba varias de las ideas presentadas.

Entendemos como Responsabilidad Social Empresarial lo siguiente:

La Responsabilidad Social Empresarial es una gestión voluntaria por parte de las empresas y organizaciones, es más que el cumplimiento de sus obligaciones jurídicas. Es una relación ética y transparente de la empresa con su público, contribuyendo al desarrollo económico a través de prácticas comerciales respetuosas, impulsando la estabilidad social y ambiental. Se considera a la Responsabilidad Social Empresarial como una estrategia empresarial, reconociéndola como una ventaja competitiva.

3.3. Los Términos Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Social Corporativa: similitud y diferencia.

Una vez analizadas las diversas definiciones y comentarios sobre Responsabilidad Social Empresarial, nos abocamos a dilucidar las diferentes interpretaciones que se le dan a los términos Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Social Corporativa.

Numerosos son los autores que sostienen que ambos términos son sinónimos y otros difieren, manifestando que la diferencia radica en el ámbito de aplicación. Para aclarar este interrogante nos apoyamos en la postura de distintos autores.

Antes de iniciar las explicaciones, se analiza el término “corporativo/a”, para una mejor interpretación de los términos a utilizar. La palabra corporativa deriva de corporación y su significado es el siguiente:

El Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española, ed. 22° (2001) define como corporación a la: *...Organización compuesta por personas que, como miembros de ella, la gobiernan. Empresa, normalmente de grandes dimensiones, en especial si agrupa a otras menores.*

Otra acepción del término según el diccionario online Wikipedia (2012) es:

...Una corporación o sociedad corporativa es una entidad jurídica creada bajo las leyes de un Estado como una entidad legal separada que tiene privilegios y obligaciones diferentes a la de sus miembros. Esta asociación formal, reconocida como persona jurídica y amparada por el derecho de sociedades, cuenta con sus propios privilegios y responsabilidades distintos a aquellos de sus miembros (personas naturales) (...). En la práctica, dicho término se utiliza, primordialmente, para referirse a una entidad comercial, establecida de acuerdo a un marco legal.

Los conceptos precedentes nos permiten visualizar claramente el concepto de corporativo: en síntesis, es un ente social, jurídicamente establecido, con derechos y obligaciones. A su vez, en estos conceptos se expone el tipo de ente que a modo de ejemplo, puede incluirse en esa modalidad.

Incorporamos otras interpretaciones que nos permiten dilucidar el interrogante planteado:

✓ Algunos de los investigadores sostienen que ambos términos, RSE y RSC, “no presentan diferencias”, ya que sus bases son las mismas, “se aplica a una entidad legalmente constituida”.

Donde se marca la diferencia es en su propósito: “es en el objetivo de la misma, con fines de lucro o sin fines de lucro”. A su vez, la implicancia depende del entorno empresarial o stakeholder donde se aplica, según Valor Martínez; de la Cuesta González (2003:8). Actualmente se habla de “empresas corporativas o negocios corporativos”. Sabogal Aguilar (2008)

Siguiendo con las apreciaciones, Correa Jaramillo (2007) con su postura contribuye a aclarar la diferencia conceptual y la explica de la siguiente forma:

...la responsabilidad social corporativa puede describirse como la responsabilidad que la empresa tiene o asume frente a la sociedad en general...El término responsabilidad social corporativa se utiliza frecuentemente en dos contextos diferentes: para describir lo que de hecho está haciendo la empresa y para describir lo que debería estar haciendo. Es decir, un enfoque descriptivo y uno normativo. Las acciones sociales del sector privado complementan el quehacer estatal.

Resumiendo lo expuesto y a fin de dilucidar el interrogante, se expone en el siguiente cuadro la interpretación de ambos términos.

Cuadro N° 6: Resumen de los términos RSE y RSC, similitudes o diferencias.

Similitudes:

- Ambos términos focalizan su compromiso y acciones en pos de la sociedad: “responsabilidad social”
- Ambos surgen de una entidad o asociación legal, formal y jurídicamente constituida, que tiene obligaciones y responsabilidades ante la sociedad y el Estado.

Diferencias:

- La diferencia radica en el ámbito de actuación o aplicación.
- La RSC tiene un mayor entorno incluyendo “*a las agencias gubernamentales y a otras organizaciones*”.

Fuente: Elaboración propia en base a los autores Martínez, de la Cuesta González (2003:8); Sabogal Aguilar (2008) y Correa Jaramillo (2007).

En nuestro caso en particular, en el presente trabajo de investigación utilizaremos la expresión Responsabilidad Social Empresarial, ya que se adecua más al sujeto de estudio y con el fin de mantener una armonía conceptual.

A modo de cierre y relacionando con la terminología precedente, se suma una apreciación observada en los textos leídos: hay un nuevo giro en la interpretación de dicha actividad, la denominada “Empresa Socialmente Responsable (ESR)”, según Do Céu Almeida (2005). La misma, surge como respuesta del sector empresarial actual, para demostrar la forma de actuar con la sociedad, en relación a los aspectos económico, social y ambiental.

3.4. El surgimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, como respuesta y efecto de la globalización

El presente Capítulo se explaya sobre cómo se fue concibiendo la RSC desde sus comienzos hasta la actualidad en el contexto global.

Son nutridas las investigaciones que respaldan los motivos y fechas que dan surgimiento a la RSC; se podría determinar en una línea del tiempo, un antes y un después de la década de los cincuenta, donde surge como una “necesidad” del Estado de apuntalar y ayudar en acciones a la sociedad.

A su vez, la empresa comienza sus contribuciones con donaciones voluntarias a instituciones benéficas, religiosas o laicas; desde allí surge la interpretación de reconocer a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como una “Filantropía”.

- ✓ Según el diccionario de la lengua española Espasa-Calpe (2005) es el *“Amor al género humano: su filantropía le lleva a ayudar a los demás de forma desinteresada”*.
- ✓ Según el diccionario online “definiciones.de” (2008- 2013):
Es un vocablo de origen griego que significa “amor al género humano”. Se trata de un concepto utilizado de manera positiva para hacer referencia a la ayuda que se ofrece al prójimo sin requerir una respuesta o algo a cambio. Se conoce como filántropos a los sujetos u organizaciones que suelen desarrollar proyectos solidarios.

Es decir, si analizamos lo expresado conceptualmente en esos tiempos, se diría que la gestión de la empresa se focalizaba en acciones benéficas, de caridad, humanitarias. Interpretación que algunos sostienen como afirmativa y otros no. Este tema se amplía aún más, en el ítems 3.6.2.

3.4.1. Etapas del desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial

A partir de los años ´50: los hechos que se van suscitando (políticos, sociales, económicos, bélicos, entre otros), marcan la postura y acciones a desarrollar en pos de la implementación de una gestión más social y responsable por parte de empresas y organismos.

Surgen en este período las preocupaciones por reconocer que prevalecía “la ética empresarial o el interés económico”. A esto, se suma un estado ausente como gestor.

La pérdida de la calidad de vida y el bienestar social, hacen necesario el surgimiento de un nuevo movimiento, como instrumento transformador en la gestión de las empresas e instituciones.

Estas acciones se acompañaron con la labor de investigadores y organismos que unieron sus inquietudes con el objeto de contribuir con sus aportes a la concepción y evolución de la RSC y de esa forma, delimitar los lineamientos de actuación permitidos a las empresas, hacia los diversos grupos sociales y la relación entre desarrollo humano y crecimiento económico.

Entre los investigadores podemos citar a Bowen (1953) quien genera una polémica sobre el tema con la publicación titulada “*Social Responsibilities of the Businessman*” (Carroll, 1999) fomentado “*por las críticas realizadas por Milton Friedman a esta concepción de la realidad empresarial*”... En: Fernández Alles; Cuadrado Marqués (2011).

Período entre los ´60 y ´70: Analizando las acciones desarrolladas en los períodos precedentes, hay que evaluar, cuál era la “función u objetivo” de la empresa en esos momentos, la “rentabilidad”, dejando de lado los aspectos éticos, el interés del bienestar del individuo y la sociedad.

Es así como Roca (2006) reconoce a los '70 como la “*Etapa de “empresa autista”;* Milton Friedman (sólo rentabilidad)”.

A continuación se incorporan los aportes de diversos investigadores con el objetivo de enriquecer el presente trabajo.

Desde el punto de vista del origen de la Responsabilidad Social Empresarial y con el surgimiento de la ética en las empresas, hay “dos hitos” que se reconocen:

El primero está vinculado con un muy famoso artículo de Milton Friedman⁽¹⁾ y el segundo se relaciona con la aceptación primero y luego la popularización del concepto de stakeholder⁽²⁾

Milton Friedman (...) planteó que (...) “la responsabilidad social de las empresas es incrementar sus beneficios”.

Llama la atención la influencia que parece haber ejercido este artículo de Friedman. (...) una posición muy similar fue presentada en 1958 por Theodore Levitt de la Universidad de Harvard quien sostenía, “La función de los negocios es la producción de alto nivel sostenidas ganancias (...) el Bienestar y la sociedad no son los negocios de la corporación. Su negocio es hacer dinero, no la música dulce”. Montuschi (2011)

Es importante entender qué es Stakeholder (grupos de interés), tema de numerosos trabajos e investigaciones. Entre ellos podemos citar a Montuschi (2011), quien lo reconoce como parte de un “Hito” y su influencia en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial.

(1) Milton Friedman¹ nace en New York en 1912. En 1946 se doctoró en la Universidad de Columbia. Líder de la “Escuela de Chicago”, defensor del mercado libre, monetarista, opuesto al Keynesianismo. En 1976 recibió el Premio Nobel de Economía, por los resultados en el campo del análisis del consumo, historia y teoría monetaria, por la demostración de la complejidad de la política de estabilización.

(2) El Profesor Edward Freeman (1984) fue el pionero del análisis estratégico de los Stakeholder o grupos de interés, en su trabajo: “A Stakeholder Theory of Modern Corporation”

Merecen destacarse los aportes de: Le Mouel (1992) en Sabogal Aguilar (2008), Weiss (2003), Solarte Rodríguez y Vives (2005) entre otros. Hacen una importante combinación de sucesos históricos y posturas que permiten organizar una línea cronológica de los hechos que fueron surgiendo y la valoración del tema en estudio. De la misma tomamos algunas ideas de interés.

En la década de los '60: *En 1965 en la Declaración de Delhi se define el modelo de Teoría de Stakeholder. Desarrollo del Business Ethics como especialidad con influencia de Teólogos y pensadores religiosos, algunos profesores de management que escriben y enseñan sobre la Responsabilidad Social de la empresa. Reflexión frente a la Gobernabilidad Corporativa, en cuanto al control de consorcios multinacionales, transparencia y relaciones obrera- patronales.* Montuschi (2011).

Década de los '70: Se presenta un cambio en la gestión estratégica de las empresas. Surge la necesidad de valorar y tomar como eje central de la actividad a los clientes internos y externos (Stakeholder), como unidad de interés e influencia, que afectará a la misma empresa. Continuando con el tema, Sabogal Aguilar (2008) propone las siguientes ideas:

- *Dill en 1975 utiliza el concepto de Stakeholder como sombrilla para la gerencia estratégica.*
- *Harvard Business School trabaja en un proyecto de RSC pragmático llamado el Modelo de RSC.*
- *A fines de los años setenta se va consolidando la ética empresarial como especialidad disciplinar. A partir de entonces la producción académica comenzó a crecer y a sistematizarse formalmente.*

Se mencionó en reiteradas veces el término stakeholder. Por ello es importante conocer su significado, antes de seguir con los períodos siguientes, ya que es un importante componente, interviniente en el nuevo giro que dará la gestión estratégica en las empresas.

Stakeholder, término actual que se utiliza para determinar o segmentar los distintos grupos de interés, que influyen en la organización de la empresa, en forma positiva o negativa.

Continuamos con la interpretación de la conceptualización del término en análisis. Se proponen algunas definiciones:

✓ Según Ethos (2008) Stakeholder es un término inglés ampliamente utilizado para designar cada parte interesada, o sea, cualquier individuo o grupo que pueda afectar a la empresa por medio de sus opiniones o acciones, etc.

✓ Freeman en su obra: *“Strategic Management: A Stakeholder Approach”* (1984), hace referencia a “quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa” deben ser considerados como un elemento esencial en la planificación estratégica de los negocios. En Toro (2006)

✓ Valor Martínez; de la Cuesta González (2003:12) sostienen...”Los stakeholders son los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad tendiente al logro de los objetivos de la compañía Freeman (1984). Lozano (1999:115) añade que” también debe tenerse en cuenta los intereses, las demandas y las expectativas que están en juego en cada caso, y el poder real que tiene cada uno en esa red de relaciones”.

A continuación se muestra en el Cuadro siguiente las diversas interpretaciones sobre la clasificación de los stakeholder, dependiendo de los autores analizados, ya que cada uno de ellos ofrece una connotación particular.

Cuadro N° 7: Clasificación de los Stakeholder

<p><i><u>Stakeholder Primarios:</u> (accionistas , prestamistas) aquellos con derechos directos y legalmente establecidos.</i></p>
<p><i><u>Stakeholder Secundarios:</u> (empleados, medioambiente...) son aquellos cuyos derechos sobre los recursos de la empresa están peor establecidos en la ley o se basan en criterios como la lealtad a la comunidad o las obligaciones éticas.</i></p>

Fuente: Elaboración en base a Valor Martínez, de la Cuesta González (2003: 12).

Considerando el Cuadro anterior donde se muestra la clasificación de los stakeholder, personalmente reconocemos que esta clasificación en “internos y externos” existe, aunque ambas denominaciones se interrelacionan o mejor dicho se complementan una con otra.

Otras investigaciones incorporan el término “Stockholders” cuyo significado es el de “accionista” y se le da la misma interpretación e interés, ya que son también “grupos de interés” que influyen en la empresa, según Freeman & Reed (1983) y Valor Martínez, de la Cuesta González, (2003).

Década de los ´80: Comienza un período de grandes cambios y adelantos, se podría decir que existe un antes y un después en todos los aspectos: sociales, económicos, ambientales, tecnológicos, políticos, entre otros.

Como ejemplo de todo ello podemos mencionar los cambios que se han producido con el advenimiento de la globalización, con todas sus apreciaciones positivas y negativas: el adelanto en los medios de comunicación y las tecnologías, que hacen desaparecer las fronteras de los países, interrelacionándose de una latitud a otra, en aspectos comerciales, informáticos, laborales, es decir se habla del nacimiento de los mercados globales – la globalización- o mundiales.

Comienza un proceso de reconocimiento de la importancia de la ética en la gestión empresarial, donde prevalece su ejercicio a favor de la sociedad, inquietud que surge desde los grupos pensantes y académicos a nivel mundial.

Se suma a esto, el concepto de sostenibilidad, término presentado por primera vez en el Informe de Bruntland en 1987 desarrollado en el capítulo anterior de sostenibilidad.

Se reconoce la importancia de ambos términos (ética y sostenibilidad), por ser sustento y pilar de la futura disciplina denominada: Responsabilidad Social Empresarial.

Se comienza a manifestar un cambio en la visión, al reconocer la ética y la trascendencia de dicho concepto, en ámbitos académicos, institucionales y en la gestión empresarial.

Se inicia un proceso de elaboración de documentos que exponen su importancia y sus pilares, como mencionan Sabogal Aguilar (2008); Fernández Fernández (2003). Tales documentos son:

- *En 1982, el Journal of Business Ethics, revista especializada en el campo de la ética empresarial.*

- *En 1986 se da un fuerte impulso al tema, por los escándalos sucedidos en la presidencia de Ronald Reagan por los negocios dudosos, llamados Irangate Scandal. Esto impulsó la creación de cátedras de ética de los negocios y a que se escriban artículos y libros sobre el tema.*

- *En 1987 se creó en Europa Business Ethics Network (EBEN). Concepto de "inversión social", las acciones de las empresas en materia social no deben ser asistencialistas, sino que deben promover el desarrollo de las comunicaciones de un sentido amplio y no contentarse con la mera satisfacción de necesidades.*

Sumamos los aportes de Valor Martínez, de la Cuesta González (2003) sobre los comienzos de las acciones hacia la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, los motivos, la postura del Estado como eje de acción y solución, acompañado por otras instituciones. Los autores manifiestan en su trabajo:

...En los años ochenta, y como consecuencia de la crisis de los setenta, se deja de pensar en el Estado como único administrador del gasto social y responsable de la contención de desigualdades y se comienza a defender la idea de que la contribución al bienestar y a la calidad de vida debe ser la meta de todas las instituciones sociales, también de la empresa, sea lucrativa o no.

Década de los ´90: sucesos de índole políticos y sociales marcaron este período. Entre los mismos: la caída del muro de Berlín y con ello el significado del derrocamiento del comunismo.

Los efectos ambientales / ecológicos: problemas que el hombre generó por violentar la naturaleza, en su afán de poderío. Para contribuir a atenuar estos efectos se da como ejemplo la *“Denuncia de New York Time en 1990 de prácticas laborales abusivas de Nike para algunos proveedores indonesios, esto trajo boicots de los consumidores”*. Sabogal Aguilar (2008).

Se reconoce como el período donde tiene mayor auge la RSE y su implementación se va acrecentando en numerosos países. Según Roca (2006)...*en los ´90 Etapa de Responsabilidad Social Empresarial (visión integral de gestión)*

Siglo XXI: El comienzo de este siglo acarrea la crisis que se viene manifestando durante los años precedentes, efecto de la implementación de un modelo de desarrollo económico ilimitado, donde la producción y uso de los recursos fueron desmedidos...*“Los escándalos financieros de Enron, Parmalat y otras corporaciones han mostrado las graves consecuencias de una gestión sin valores éticos”*. Sabogal Aguilar (2008).

Se produce una crisis a nivel mundial que se traduce en el escenario actual, como se viene manifestando en los párrafos anteriores: el cambio climático, aumento de la pobreza mundial, pérdida de especies autóctonas, entre otros hechos, donde el mismo hombre es actor y gestor de la situación que se está viviendo.

Ejemplo de ello son las siguientes manifestaciones:

... la dimensión económica del mundo en que nos ha tocado vivir ofrece, junto a unas posibilidades y perspectivas de progreso nunca hasta ahora soñadas, unos riesgos igualmente pavorosos. Riesgos económicos –explotación y mayor dependencia de los países pobres–,

riesgos medioambientales –contaminación, despilfarro de recursos energéticos, efecto invernadero, daño de la capa de ozono–, riesgos culturales –homogeneización indeseable e imposición de modelos externos– y, no menos importante, riesgos de tipo social –abismo de la desigualdad–, incluso en los países avanzados. Siendo ello así, de lo que se trata es de situarse de manera crítica y proactiva ante el fenómeno,..., si no actuáramos con prudencia y sentido de la responsabilidad. Fernández Fernández (2003).

Por otra parte, se suman las acciones del Consejo Europeo de Gotemburgo, quien adoptó el Libro Verde en 2001, documento conformado por diversos principios que determinan el ámbito para *“Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, al impulsar la participación de todos los sectores relevantes de la sociedad en un debate estructurado”*, que se transmitió a la Unión Europea y que se vino exponiendo en los apartados anteriores.

Blanco Prieto (2008) reconoce que *“este documento nace con el propósito de transformar la economía europea en la más competitiva del entorno global, capaz de generar no sólo riqueza económica, sino también bienestar social.”*

Un poco después, las empresas transnacionales se interesaron por establecer un Código de Conducta que les permitiera desarrollar estándares que rigieran el comportamiento de la compañía en los diferentes lugares de operación. Las empresas procuraban no sólo acatar la ley en cada región, sino cumplir con las comunidades y gobiernos para así contribuir con el desarrollo.

Citamos algunas acciones en el tiempo:

- ✓ Valorar e incluir la RSE en organizaciones e instituciones, según Sabogal Aguilar (2008) mediante el...”*desarrollo de conceptos importantes*

para la RSE como el de Gobierno Corporativo y la definición de códigos de conducta para las organizaciones. En 2007 se da la Iniciativa de las Escuelas de Negocio para adherir al Pacto Global, con los Principios para una Educación Responsable”.

✓ Una nueva forma de gestión para concretar estas acciones de RSE, como propone Dejo (2005):... *“la filosofía de la responsabilidad social empresarial es la vía que todos esperamos para contribuir de manera importante a lograr un desarrollo sostenible donde la equidad y la justicia primen en las relaciones sociales.(...) falta aún un largo camino por recorrer dentro de esa perspectiva ética y social”...*

Se presentan, en línea general, las acciones que se han realizado para incorporar en la gestión empresarial e institucional la Responsabilidad Social Empresarial a nivel mundial.

Ahora se propone un breve análisis de la actividad desarrollada en pos de la Responsabilidad Social Empresarial en Argentina.

El abanico de posibilidades se va incrementando día a día, es decir el sector empresarial público y privado está tomando conocimiento y dándole importancia a trabajar con una herramienta que posibilita una nueva forma de gestión diferente y beneficiosa. Ello se observa en los nutridos trabajos de investigaciones, páginas web e instituciones que avalan dichas acciones.

Antes de seguir analizando el horizonte de la RSE en Argentina, se muestra un resumen de cómo se originó la Responsabilidad Social en nuestro país desde sus comienzos, remarcando sus períodos más destacados en nuestra historia. Este trabajo se realizó gracias a los aportes de Muro (2003).

Cuadro N° 8: El surgimiento de la Responsabilidad Social en Argentina.

<p>Época del Virreinato (1726- 1859): Aparecen diversas organizaciones <i>“filantrópicas, humanitarias y de beneficencia”</i>. <i>“A partir de la Revolución de Mayo (1810)”</i> la actividad tiene un mayor auge, sumando las importantes migraciones generadas en este período. Se sigue el carácter filantrópico de la actividad pero se enfoca en <i>“aspectos educativos, artísticos y éticos”</i>, originando nuevas organizaciones en pos de esta actividad, tales como <i>“los clubes del ocio, las sociedades de beneficencia del interior, las organizaciones religiosas”</i>, entre otras.</p>
<p>Período 1860 a 1919: Argentina inició su <i>“proceso de conversión hacia un estado independiente y unificado, lo que permitió la construcción de la sociedad civil”</i>. Se fortaleció la presencia de las distintas organizaciones generadas, principalmente <i>“la asociación de ayuda mutua, las organizaciones empresariales, las asociaciones científicas y profesionales, entre otras, que impulsaban nuevas funciones sociales. Dichas agrupaciones ejercieron un papel muy importante en el desarrollo y difusión de prácticas sociales y políticas modernas”</i>.</p>
<p>Período 1920 a 1982: Se caracterizó por un gran movimiento social y económico, haciéndose presente el Estado, como ente organizador y controlador de la actividad desarrollada por las asociaciones. <i>“Dada la rápida industrialización de la década del treinta, muchas empresas comenzaron a establecer pueblos para sus trabajadores, construyendo viviendas y fundando asociaciones de base. Surgieron la Fundación Eva Perón y los sindicatos.”</i></p>
<p>Período 1983 – 1990: Se inicia a partir de 1983 un período de gobierno democrático. Los años posteriores a los 90 se identificaron <i>“por las tendencias e iniciativas asociativas, entre las mismas podemos citar: sindicatos, asociaciones de derechos humanos, ambientales, movimientos feministas. Debido a la debilidad del estado, las Organizaciones no Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD) en todo el país, sus acciones se orientan hacia el desarrollo y la promoción social”</i>. <i>El desarrollo de la actividad filantrópica, de promoción social y cultural, fue propulsadas por las empresas con las creación de Fundaciones, entre las mismas, Fundación Minetti (1987) Fundación Arcor (1985) Fundación Konex (1982) entre otras.</i></p>

Fuente: Elaboración propia a partir de Muro (2003)

Después de presentar los comienzos de la Responsabilidad Social Empresarial en Argentina en líneas generales, continuamos algunas acciones desarrolladas en el Siglo XXI:

- Creación del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial en el año 2002, organismo responsable de la confección de diversos materiales y guías sobre la inserción de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector empresarial argentino. En la web oficial de la institución, se observa como día a día nuevas empresas se suman a este modelo de gestión.

- En la Provincia de Mendoza (2013) *“el pasado 24 de Abril se presentó... la Ley 8488 de Responsabilidad Social Empresaria, que instala a la Provincia como la primera en el país en tener una Ley que regule y promueva la gestión responsable de las empresas”*⁽¹⁾.

- La Provincia de Córdoba logró las certificaciones del Ministerio de Finanzas y Administración ante el Global Reporting Initiative (GRI), el pasado 29 de mayo de 2013. *“Es la única provincia en revalidar estas normas de calidad”*, según informa el Diario El Alfil.⁽²⁾

Como se puede apreciar se han realizado destacadas acciones a favor de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector empresarial en general y vislumbramos otras acciones similares desde la actividad turística en Argentina.

Se imagina un horizonte muy próspero, donde día a día crecen las inquietudes por conocer las bondades que ofrece implementar acciones a favor de la Responsabilidad Social Empresarial.

(1) Información obtenida de Página web del IARSE.

http://www.iarse.org/new_site/site/index.php?put=noticia_detalle&id_noticia=2158

(2) Información obtenida de la Página web del Diario Alfil: <http://diarioalfil.com.ar/2013/05/29/por-la-basura-mestre-se-acerca-otra-vez-a-de-la-sota/> Consultada el 29 de mayo 2013

Muestra de ello, es la labor emprendida por diversas instituciones, tales como el Ministerio de Turismo de la Nación, con la creación de la “*Guía de Primeros Pasos en RSE para Pymes del Sector Turismo*”. A su vez, la Fundación Premio Nacional de la Calidad, conjuntamente con la Cámara Argentina de Turismo (2005) y el Convenio de Cooperación Técnica (ATN/ MH 7356- AR), propiciaron la “*Guía para una Gestión de Excelencia- Empresas de Viajes y Turismo*”, donde se considera en uno de sus ítems la Responsabilidad Social Empresarial.

Se reconoce el giro que se está manifestando día a día en la demanda actual y la sociedad en sí misma, con el “cambio de postura” y la necesidad de justipreciar la utilización de los recursos, tanto humanos como naturales.

La Responsabilidad Social Empresarial surge como un argumento para defender los atropellos contra la naturaleza, la cultura, las tradiciones y la sociedad, que el mismo hombre ha hecho.

Surge también como una doctrina que brota en la vida misma de las empresas, como herramienta para posibilitar el balance entre los intereses de los directores como de sus operarios, creando las bases de un trabajo digno, reconocido, responsable con sus entornos (interno y externo) y de esa forma poder actuar y competir responsablemente.

Todo esto nos permite afirmar que la Responsabilidad Social Empresarial es el instrumento que posibilita este cambio, tan necesario en todos los ámbitos que interactúan en la gestión empresarial.

A continuación se incorporan los aportes formulados por instituciones para contribuir al bienestar social a través de la Responsabilidad Social Empresarial.

3.5. Aportes de organismos internacionales y nacionales a la Responsabilidad Social Empresarial

En el siguiente apartado mencionamos algunas organizaciones e instituciones internacionales y nacionales que contribuyen a instaurar los pilares de la Responsabilidad Social Empresarial y fomentar la implementación a nivel mundial.

Organismos Internacionales:

- a. Pacto Mundial de las Naciones Unidas (U.N. Global Compact, 2000), objetivos y acciones desarrolladas: En 1999 en el Foro Económico Mundial de Davos (Suiza), el Secretario General propuso un "Pacto Mundial" entre las Naciones Unidas y el mundo de los negocios. La fase operacional del Pacto se inauguró el 26 de julio de 2000 en la Sede de las Naciones Unidas en Nueva York. Es una iniciativa voluntaria.

El fin de este Pacto es que todos los pueblos del mundo compartan los beneficios de la mundialización e inyecten en el mercado mundial los valores y prácticas fundamentales para resolver las necesidades socio - económicas.

El Pacto Mundial es un marco de acción encaminado a la construcción de la legitimación social de las corporaciones y los mercados.

Es decir, aquellas empresas que se adhieren al Pacto Mundial comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales, contribuyen a la construcción de un

mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomente sociedades más prósperas.

Los objetivos complementarios del Pacto Mundial (además de los generales expresados en nota al pie), son los siguientes:

- ✓ *Lograr que el Pacto Mundial y sus principios formen parte de la estrategia y de las operaciones de las empresas;*
- ✓ *Facilitar la cooperación entre los principales grupos participantes promoviendo las relaciones de colaboración en apoyo de los objetivos de las Naciones Unidas, como por ejemplo los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODMs)⁽¹⁾*

El Pacto Mundial actúa como una red. Su núcleo lo constituyen la Oficina del Pacto Mundial y cuatro organismos de las Naciones Unidas, a saber: la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, la Organización Internacional del Trabajo y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

(1) Los objetivos del Milenio son: Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre. Objetivo 2: Educación Universal. Objetivo 3: Igualdad entre los Géneros. Objetivo 4: Reducir la mortalidad de los niños. Objetivo 5: Mejorar la salud materna. Objetivo 6: Combatir el VIH/ SIDA. Objetivo 7: Sostenibilidad del medio ambiente. Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial.

Cuadro N° 9: Los Diez Principios del Pacto Mundial

Derechos Humanos:

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

Estándares Laborales:

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas discriminatorias en el empleo y la ocupación.

Medio Ambiente:

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Anticorrupción:

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Fuente: Pacto Mundial (2007)

El Compromiso Empresarial con el Pacto Mundial es seguir y sustentar los diez principios universales. Este compromiso lo pueden afrontar tanto las empresas pequeñas, medianas, como las grandes.

Es importante entender que este proceso es a largo plazo e implica una mejora continua y permanente en el desempeño laboral, permitiendo a las empresas desarrollarse.

El Pacto Mundial propicia que las empresas publiquen un informe anual o reporte corporativo, que permita visualizar y analizar las acciones desarrolladas por la empresa, en pos de la implementación y para avalar los principios de dicho Pacto (comunicación sobre Proceso – CoP ⁽¹⁾).

Se tienen que difundir las acciones desarrolladas por las empresas, en relación al Pacto Mundial y sus principios en medios de prensa, congresos, entre otros.

Según el informe del Pacto Mundial las opciones a implementar son varias. Una de las opciones de implementación se encuentra en el modelo “Global Compact Performance”, el cual incluye una guía que cubre desde la visión gerencial hasta la medición e informe de los resultados.

b. Naciones Unidas: Programa de investigación de las Naciones

Unidas sobre la responsabilidad social de las empresas:

Proyecto que tiene por objeto promover la investigación y el diálogo político sobre cuestiones de responsabilidad social y ecológica de las empresas en los países en vías de desarrollo. Libro Verde (2001).

c. Organización Internacional del Trabajo: Declaración tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social:

(1) *Comunicación de Progreso (CoP) son Directrices para la Comunicación de Progresos y es un informe que se debe realizar en la aplicación de los diez Principios y su participación en proyectos de desarrollo de Naciones Unidas y sus avances. La Comunicación de Progreso consiste en comunicar a las partes interesadas (consumidores, sindicatos, accionistas, medios de comunicación, gobiernos etc...) sobre los avances que la empresa ha realizado en la aplicación de los diez principios del Pacto Mundial en sus actividades empresariales. La Comunicación de Progreso debe incluir una descripción de las medidas adoptadas y los resultados obtenidos.*

Adoptada por el Consejo de Administración de la Oficina Internacional del Trabajo en Ginebra en 1977 y reformada en el 2000. La Organización Internacional de Trabajo, (OIT), en su Programa de Empresas Multinacionales (2006) expone en la declaración recomendaciones acerca de cinco temas centrales e invita a las empresas a seguir tales lineamientos.

d. Base de datos de la Organización Internacional del Trabajo sobre Empresas e Iniciativas Sociales:

Base de datos sobre iniciativas sociales de empresas que incluye información exhaustiva sobre iniciativas del sector privado, que tratan de condiciones de trabajo y de empleo e iniciativas sociales que afectan a la comunidad donde operan las empresas en general. Libro Verde (2001)

e. Directrices de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) para las empresas multinacionales:(2001)

Fue instituida en París - Francia en 1961 y con sedes en América Latina. Tiene como misión...*”el promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas alrededor del mundo. La OCDE ofrece un foro donde los gobiernos pueden trabajar conjuntamente para compartir experiencias y buscar soluciones a los problemas comunes”...*

Propone recomendaciones a las empresas, formuladas por los gobiernos de los países miembros de la OCDE, entre ellos Argentina, Brasil y Chile, sobre cuestiones de responsabilidad social de las empresas, desde las relaciones laborales a la competencia, la fiscalidad y la corrupción (2000).

f. Comisión Europea:

La Comisión Europea es una de las siete instituciones de la Unión Europea (UE), constituida en 1993. Representa y defiende los intereses del conjunto de la UE, elabora propuestas de nueva legislación europea y gestiona la labor cotidiana para poner en práctica las políticas y hacer uso de los fondos europeos.

La sede de la Comisión está repartida entre Bruselas y Luxemburgo. La Comisión cuenta además con oficinas (representaciones) en todos los países de la UE y con delegaciones en capitales de todo el mundo. Tiene como finalidad los siguientes ideales:

1. *Propone nueva legislación al Parlamento y al Consejo,*
2. *Gestiona el presupuesto de la UE y asigna los fondos,*
3. *Hace cumplir la legislación de la UE (junto con el Tribunal de Justicia,)*
4. *Representa a la UE en la escena internacional, por ejemplo, negociando acuerdos entre la UE y otros países.*
(<http://europa.eu/>)

La Unión Europea fue propulsora de la publicación del “Libro Verde” y de “*fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*” al impulsar la participación de todos los sectores relevantes de la sociedad en un debate estructurado. Valor Martínez; de la Cuesta González (2003).

A su vez el Parlamento Europeo, otra institución del grupo de las siete instituciones conformadas por la Unión Europea, reconoce la importancia del presente tema a través de la Resolución sobre la Responsabilidad Social de las Empresas: una nueva asociación, (2006/2133(INI)) la cual: determina poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de

excelencia de la responsabilidad social de las empresas (COM (2006)0136) (Comunicación sobre RSE).

La Comisión Europea (2006) hace sus contribuciones alentando a las empresas a invertir en distintas prácticas que favorecen la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial y lo expresa con los siguientes enunciados:

- *Europa 2020 (en particular, nuevas cualificaciones y empleos, juventud y desarrollo local)*
- *Empresa y derechos humanos*
- *Comunicación de información sobre la RSE*
- *Contratación pública socialmente responsable*

Incorporamos los principales lineamientos propuestos en “Europa 2020”, por considerarlos trascendentes y ejemplificadores para aquellas empresas, que propician la gestión responsable como solución a la crisis económica- social que se está viviendo. Estos lineamientos son:

Estrategia Europea 2020... Necesitamos una estrategia que nos ayude a salir fortalecidos de la crisis y convierta a la UE en una economía inteligente, sostenible e integradora que disfrute de altos niveles de empleo, de productividad y de cohesión social. Europa 2020 constituye una visión de la economía social de mercado de Europa para el siglo XXI.

Europa 2020 propone tres prioridades que se refuerzan mutuamente:

- ✓ *Crecimiento inteligente: desarrollo de una economía basada en el conocimiento y la innovación.*
- ✓ *Crecimiento sostenible: promoción de una economía que haga un uso más eficaz de los recursos, que sea más verde y competitiva.*

✓ *Crecimiento integrador: fomento de una economía con alto nivel de empleo que tenga cohesión social y territorial.*” Comisión Europea, (2010).

g. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)
El WBCSD es una asociación global liderada por los CEOs de más de 200 compañías, dedicada exclusivamente a la vinculación empresa y desarrollo sostenible.

h. Centro de Comunicación, Investigación y Documentación Europa América Latina (CIDEAL):

Es una organización privada sin fines de lucro, constituida en Madrid en 1983. Tiene delegaciones en América Latina, Caribe, África y Oriente.

Su objetivo es fomentar la investigación, formación y asistencia técnica especializada en el ámbito de la cooperación internacional, así como elaborar programas y proyectos de desarrollo en diversos países del Sur.

Ha trabajado conjuntamente con la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI). En Argentina el programa ha estado dirigido a apoyar el desarrollo de emprendimientos productivos de sectores sociales en situación de pobreza y exclusión.

i. Fundación AVINA:

Esta fundación fue instituída en 1994 por Stephan Schmidhein. Es una organización civil creada para contribuir al desarrollo sostenible de América Latina, fomentando los lazos entre los líderes sociales y empresarios.

Actualmente cuenta con 23 oficinas en América Latina cuya misión es la...”*equidad de oportunidades, gobernabilidad democrática y*

estado de derecho, desarrollo económico sostenible, y la conservación y gestión de los recursos naturales”...

j. Instituto ETHOS de Empresas y Responsabilidad Social:

Este Instituto fue creado en el año 1998. Su objetivo es crear y desarrollar el marco necesario para fomentar la RSE en Brasil:...”*la misión del Instituto Ethos es movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas gestionar sus negocios de forma socialmente responsable, lo que los socios en la construcción de una sociedad sostenible y justa”...*

Organismos en Argentina:

k. Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial:

Organismo privado, sin fines de lucro, con sede en la ciudad de Córdoba – Argentina, creado a mediados del año 2002. Su objetivo es ser reconocido como centro de referencia a nivel nacional en relación a la Responsabilidad Social Empresarial.

Su misión:...”*promueve además la colaboración mutua entre las compañías que han decidido hacer de su conducta responsable, un valor a partir del cual contribuyen a la construcción de una sociedad más justa y sustentable”...*

l. Consejo Empresario Argentina para el Desarrollo Sostenible (CEADS):

El Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS) es el capítulo local del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) una asociación global liderada por los CEOs de más de 200 compañías, dedicada exclusivamente a la vinculación “empresa y desarrollo sostenible”.

El CEADS brinda a las empresas una plataforma para explorar el desarrollo sostenible, compartir conocimientos, experiencias y diversas actividades más.

m. Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA):

Es una institución para el desarrollo empresario, no gremial y apartidaria que reúne a las 400 empresas líderes de la Argentina, fundada en 1960. Su misión es contribuir al desarrollo productivo y competitivo de las empresas e instituciones para que Argentina se integre al mundo moderno y desarrollado.

IDEA desarrolla su accionar en tres áreas estrechamente relacionadas, que corresponden a tres finalidades específicas: formación, a través de la Escuela de Negocios de IDEA; intercambio empresarial, generado en el contexto de las Divisiones y protagonismo, en el marco creado por los Foros y el Coloquio Anual.

IDEA tiene la misión de contribuir al desarrollo productivo y competitivo de las empresas e instituciones para que Argentina se integre al mundo moderno y desarrollado.

n. Ministerio de Turismo de la Nación:

El Ministerio de Turismo de la Nación en su Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020⁽¹⁾ reconoce en sus nuevos proyectos la RSE en la actividad turística.

Dentro del mismo, en el apartado de “Programas y Proyectos de la Subsecretaría de Desarrollo Turístico”, se encuentra el apartado: Promoción de la Responsabilidad Social Empresarial, en el Turismo: cuyos objetivos son:

- ✓ *Promover entre las empresas del sector la práctica e internalización de los principios de la RSE*
- ✓ *Aportar herramientas para una mejor articulación de las acciones de RSE para el desarrollo de proyectos turísticos responsables, que asocien al Estado, las Empresas y la Sociedad Civil.*

(1) Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020, realizado por el Ministerio de Turismo de la Nación- Argentina, es la continuidad del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016, donde se incorporaba y se reconocía la importancia de la “sustentabilidad” como eje principal de la gestión de la actividad turística. A su vez, con el advenimiento de dicho Plan, toma un giro de envergadura la actividad turística a nivel nacional

Para el logro de los objetivos, es decir, llevar adelante las prácticas e internalización de los principios de la Responsabilidad Social Empresarial, creó la “Guía de Primeros Pasos en RSE para Pymes en el Sector Turismo”.

3.5.1. Iniciativas, directrices e indicadores a nivel mundial

Una vez presentados los orígenes, la conceptualización y los aportes de las distintas organizaciones, que construyeron los cimientos de la Responsabilidad Social Empresarial, es importante abordar ahora las herramientas, directrices e indicadores que determinan el grado de implicancia del tema y evaluar las posibilidades de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas. De ese modo, permitir a las mismas demostrar las acciones y contribuciones que desarrollan en pos de una gestión responsable y sostenible.

En la actualidad existen numerosas y diversas herramientas para medir y evaluar los niveles de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en distintos ámbitos de aplicación. Sobre el tema Valor Martínez; de la Cuesta González (2003) manifiestan... *"En el caso de la RSC, la certificación se denomina social screening o social rating. El ámbito de la normalización es el más desarrollado hasta la fecha. Se cree que existen 225 normas o principios de RSE. Sin embargo, no todas ellas tienen el mismo grado de difusión y notoriedad"...*

Las herramientas para evaluar la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial, dependiendo de su utilidad y característica particular, pueden ser: guías, normas o instructivos generales e indicadores a implementar.

Un indicador, desde nuestra perspectiva, es un estándar de medición que permite evaluar los niveles de una cierta característica que se quiere valorar. Recordemos que el tema "indicadores", fue analizado en el Capítulo anterior, ítem 2.5.

Marta de la Cuesta González (2004) se explaya diciendo que nos ofrece un indicador de Responsabilidad Social Empresarial y expresa... *"la*

existencia de un estándar o norma sobre la información que se debe proporcionar simplifica los procesos y evita diferencias entre informes, haciendo la información más útil y comparable a los stakeholders.”...

La misma autora remarca el inicio de los distintos instrumentos de medición y dice...*”desde finales de los noventa han ido apareciendo en el panorama internacional diferentes iniciativas, códigos, normas encaminados a promover un comportamiento de las empresas más ético, sostenible y respetuoso con la sociedad y el ambiente”....*

Es necesario que las iniciativas e indicadores existentes a nivel mundial, tengan que ser adaptados a cada realidad y respondan a las necesidades de cada país y particularidades de cada destino.

Testificando las ideas expuestas, Flores; Ogliastri; y otros (2007) dicen...*”lo que podemos afirmar es que el trato específico de estas cuestiones sociales en cada país permite un enfoque local o regional de la RSE, contextualizándola y adaptándola a las especificidades locales y regionales”.*

En relación al tema en estudio, se selecciona un indicador teniendo en cuenta las diversas dimensiones de la Sostenibilidad: institucionales, económicas, sociales y ambientales, que permita comprobar el grado de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas hoteleras de la ciudad de Córdoba.

A continuación se exhiben las iniciativas que se han instituido para medir la Responsabilidad Social Empresarial y los instrumentos más utilizados y reconocidos a nivel mundial.

En una segunda etapa, las herramientas implementadas en Argentina y especialmente focalizadas a la actividad turística.

Los aportes para la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial realizados hasta ahora, son:

➤ Principios del Pacto Global (Naciones Unidas) y las Metas de Desarrollo del Milenio: Son las primeras acciones que se desarrollaron en pos de la Responsabilidad Social Empresarial. Estas iniciativas ya fueron explicadas precedentemente en este mismo capítulo.

➤ Libro Verde (2001): Habla de coordinar las acciones para la creación de un distintivo que marque las diferencias de aquellas empresas que conciben en la gestión de Responsabilidad Social Empresarial, como un elemento de contribución hacia la sostenibilidad empresarial. Este Libro ha sido consultado en diversos momentos de nuestro trabajo por considerarlo de gran trascendencia para nuestro tema.

➤ SGE 21:2008: Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable. Norma para la Evaluación de la Gestión Ética y Socialmente Responsable en las organizaciones.

Forética, propietaria de la Norma SGE 21, tiene su origen en Barcelona, en el año 1999, cuando un grupo de directivos y líderes de opinión organizaron la creación de un documento que puedan poner en valor una cultura de empresa basada en la responsabilidad de todas las personas que la forman, frente al conjunto de la sociedad y el entorno.

Este documento soporta el primer Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable europeo que permite, de manera voluntaria, alcanzar una certificación. La norma está compuesta por seis capítulos.

Los cinco primeros explican los antecedentes y los aspectos generales del documento, siendo el capítulo seis el que desarrolla los requisitos de la Norma y por lo tanto en el que se basará tanto la implantación como la auditoría de la organización a evaluar. (Forética/SGE 21/Versión 2008). Dicho capítulo se desglosa a su vez en nueve áreas de gestión que

establecen los requisitos que se consideran adecuados para demostrar las evidencias de su implantación.

➤ AA.1000 (ACCOUNTABILITY 1000): Fue creada por AccountAbility, Institute of Social and Ethical Accountability. Es una organización dedicada a educar y formar sobre la responsabilidad exigible (accountability) en las organizaciones. En el marco de la AA 1000 se incluyen estándares, guías de implementación y especificaciones necesarias para su aplicación.

➤ S.A. 8000 (Social Accountability 8000): Desarrollada por Social Accountability International, es una organización sin fines de lucro que se propone “establecer estándares para un mundo justo”. Esta norma ha sido pensada para el campo corporativo y especialmente para el sector de las empresas de manufactura. (en Schvarstein, 2003)

➤ Guía ISO 26.000: Es el marco de referencia más reconocido para los sistemas de gestión de la RSE, que fue elaborado durante 5 años entre expertos de 91 países y 42 organizaciones.

Proporciona orientación armonizada a nivel mundial sobre los principios y los asuntos que constituyen la Responsabilidad Social y sobre los modos de integrar una política socialmente responsable en las estrategias, sistemas de gestión y procesos estructurales de la empresa.

➤ AENOR y la 'RS 10': La Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) ha desarrollado la especificación 'RS 10', un documento técnico que establece los requisitos para implantar un sistema de gestión de responsabilidad social en las empresas.

La 'RS 10' se basa en el ciclo de mejora continua --metodología conocida como Planificar, Hacer, Verificar y Actuar-- y es compatible

con otros sistemas de gestión, como el de la Calidad ISO 9001 o el Ambiental ISO 14001, facilitando la incorporación de la RS en la gestión empresarial, además de contemplar a todos los grupos de interés, como propietarios, accionistas, empleados, clientes, proveedores o administración, entre otros.

El documento también establece los requisitos para definir, implantar, mantener y mejorar un sistema de gestión de la Responsabilidad Social con el objetivo de lograr la satisfacción de los grupos de interés.

La especificación va dirigida a todo tipo de organizaciones, independientemente de su sector o tamaño y se caracteriza por su flexibilidad para adaptarse a las particularidades de cada organización, especialmente en el caso de las pymes, según AENOR.

➤ ISO 14000: Norma de la ISO referente a los Sistemas de Gestión Ambiental. Gestión ambiental total o parcial de la empresa, permitiendo homogeneizar los estándares de gestión ambiental. tema abordado en el apartado anterior.

➤ Guía de Responsabiliza –T : Se suma a estas ideas, lo expresado en dicho documento, propiciando un programa de actuación en RSC dirigido a Pymes de Andalucía:....”*Solidaridad Internacional-Andalucía crea Responsabiliza-T, un programa de actuación en Responsabilidad Social Corporativa (RSC) dirigido a PYMES de Andalucía*”...

A su vez, incorpora la terminología actualmente utilizada para las empresas de hoy:....”*las Empresas de Economía Social, por definición Empresas Socialmente Responsables*”.

➤ Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, ETHOS (2008): Es reconocida la presente Institución por la creación de los indicadores de Responsabilidad Social Empresarial.

Este tema fue abordado en el apartado anterior de este capítulo, desde el punto de vista de los aportes del organismo hacia RSE. Es un indicador que hace a la Responsabilidad Social Empresarial.

Continuando con el análisis, ahora se abordan los instrumentos instaurados en la República Argentina. Se reconoce que hay distintos instrumentos relacionados a la Responsabilidad Social Empresarial para empresas en general y en especial, para empresas de turismo. Se exponen los más conocidos en nuestro medio:

- IRAM ISO 26.000: EL I.R.A.M. es el Instituto Argentino de Normalización responsable en la Argentina de la implementación de las normas ISO. A su vez, es uno de los organismos responsables de la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial en Argentina. Organismo responsable de la gestión de las normas de calidad.
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE): Es el órgano propulsor del tema de la RSE, desarrollando numerosos materiales. Algunos de ellos son:
 - “Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial para PyMEs”.
 - “Paso a paso para PyMEs” e “Indicadores RSE para PyMEs”.
 - “Responsabilidad Social Empresarial e Inclusión Económica y Social.”

El objetivo de estas publicaciones es contribuir a inclusión de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la gestión de PyMEs. La presente institución día a día expone en su web, experiencias y materiales sobre el tema.

- Guía para una Gestión de Excelencia- Empresas de Viajes y Turismo (2005): Creada por la Fundación Premio Nacional de la Calidad y la Cámara Argentina de Turismo y el Convenio de Cooperación Técnica (ATN/ MH 7356- AR). El objetivo de este trabajo

es brindar a quienes lideran pequeñas y medianas empresas de este sector, una guía que les permita medir el nivel de calidad y competitividad de su empresa, inspirado en modelos de excelencia internacionalmente reconocidos.

En este trabajo, se muestra la labor que conjuga la calidad con la Responsabilidad Social Empresarial; es por ello que en dicha Guía se incluye el ítem: “*Sección II.1- Los Valores de la Excelencia*” (p. 15), tema que integra nuestro estudio

A su vez, es reconocido el valor de la calidad como otro instrumento que contribuye a una gestión sostenible y responsable, tema que se incluye como interrogante en el cuestionario del trabajo empírico, por su trascendencia y relación con el tema central.

- Guía de Primeros Pasos en RSE para Pymes en el sector turismo: Como se mencionó en el ítem anterior fue creada por el Ministerio de Turismo de la Nación conjuntamente con el Centro Nacional de RSE y Capital Social de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires (CENARSECS).

La “*Guía de Primeros Pasos en RSE para las Pymes del Sector Turismo*”, propone un marco general de las bondades y cómo se tiene que implementar la RSE.

En la misma se contempla un Banco de Experiencias en RSE, espacio donde se ofrece a las empresas comunicar o publicitar las acciones logradas en la implementación de RSE, en la página web del Ministerio de Turismo de la Nación.

Incluye también el Cuestionario de Autodiagnóstico en RSE, donde le permite a la empresa en forma individual, reconocer los niveles de implicancia de la RSE, su envergadura, importancia y elementos que la conforman. En relación a la Responsabilidad Social Empresarial, en la misma Guía se reconoce la importancia y la trascendencia del tema en el ámbito público. Si bien es destinada principalmente a PyMEs, también puede aplicarse en grandes empresas.

La trascendencia alcanzada por el tema en estudio, Responsabilidad Social Empresarial, ha sido reconocida por el Estado Nacional como un instrumento importante y valedero en la gestión del turismo sostenible.

Como conclusión del presente apartado y después de manifestar las herramientas creadas para contribuir a la Responsabilidad Social Empresarial, a continuación se desarrollan los componentes de la misma.

3.6. Las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Después de desarrollar los contenidos sobre la Responsabilidad Social Empresarial, su conceptualización, sus herramientas y sus orígenes hasta sus actuales acontecimientos, en el presente ítem se abordan sus diferentes dimensiones, que están en consonancia con los principios de la sostenibilidad y los interrogantes planteados en el trabajo de campo.

Las dimensiones son las siguientes:

- La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión institucional.
- La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión sociocultural.
- La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión económica.
- La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión ambiental.

Se consiente en reconocer que las dimensiones se interrelacionan unas con otras, de tal forma que es difícil delimitar las acciones de las mismas.

Ejemplo de ello es cuando se expone la dimensión social y se aborda la “gestión estratégica”; sus acciones afectan a los otros aspectos: institucional, económica y ambiental.

Ocurre lo mismo en relación a los aspectos éticos, donde sus acciones son transversales a las otras dimensiones y así sucesivamente con los demás aspectos.

3.6.1. La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión institucional

La dimensión institucional engloba los principios éticos, los valores y la transparencia de la empresa permitiendo el buen desempeño de ésta con sus recursos (naturales, culturales y materiales) y la sociedad donde interactúa.

En ello radica la importancia de la dimensión institucional por su carácter transversal con las otras dimensiones: económicas, sociales y ambientales.

Esta dimensión es el hilo conductor de toda gestión sostenible a seguir por las empresas e instituciones, permitiendo contribuir y delimitar los campos de acción y las conductas a seguir por el hombre. Estos campos de acción y conductas están determinados por la ética.

Debemos definir por consiguiente, qué se entiende por la misma.

Se entiende por “ética” según el Diccionario de la Real Academia Española, 22ª ed. (2009-2010) lo siguiente:

- *Parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre.*
- *Conjunto de normas morales que rigen la conducta humana. Ética profesional.*

A su vez, según el Diccionario Larousse (1999: 291):

- ✓ *La ética es todo aquello relativo a los principios de la moral.*
- ✓ *La ética también es entendida como la ciencia que estudia el comportamiento moral de los individuos en la sociedad.*

Podemos indicar que la ética es la “*Ciencia que estudia el comportamiento moral de los individuos en la sociedad. Conjunto de normas morales que rigen la conducta humana, es decir la ética profesional*”.

Por otra parte, ofrece el marco de referencia y los lineamientos de cómo se tienen que comportar y actuar las empresas con sus empleados, sus pares y la comunidad.

Es así como lo sostienen distintos autores, por ejemplo Bueno (2002) quien reconoce la importancia de la ética y la responsabilidad de asumir el compromiso ante ella, diciendo:

...nos enfrentamos a un mundo sin certezas, esperando nuevas creencias y guías para movernos ante tanto cambio, tan veloz y tan discontinuo; un mundo desconfiado en el que nos hemos olvidado de esencias, valores y respeto a las personas y en donde la RS y la ética deben recuperar un papel principal. (Argumentos similares son presentados por Ardichvili et al. (2009), Dunn y Shome (2009) y Marquardt y Hoeger (2009). En Gallardo Vázquez, Oliveira, Seabra (2010).

Si nos remontamos a los comienzos de la Responsabilidad Social Empresarial, sus manifestaciones se originan por la ausencia de la ética, es decir, el hombre en su afán de poderío y riqueza deja de lado los aspectos morales y éticos, efectos producidos por la ejecución de una economía liberal, donde las barreras o mejor dicho, delimitaciones que se atribuyen a la ética, estuvieron ausentes por muchos años, siguiendo las ideas expresadas por Sabogal Aguilar (2008) que hacemos nuestras.

En el período de los 80, es cuando se empieza a valorar la ética, como instrumento para atenuar los impactos negativos en el manejo de los recursos humanos, culturales y naturales, motivos éstos que se comienzan a incluir en diversos trabajos de investigación, como dicen: Sabogal Aguilar (2008) y Fernández Fernández (2003).

Como solución a los efectos señalados, se crea una nueva perspectiva que es la Responsabilidad Social Empresarial, modelo de gestión que día a

día se va implementando, donde los principios de la ética deben regir la conducta de toda empresa.

La labor se ha comenzado, aunque todavía hay un largo camino por recorrer para lograr el bienestar de la sociedad mundial.

Siguiendo el hilo conductor del tema, se observa cómo un comportamiento ético nos trae aparejado beneficios que repercuten tanto en la empresa como en sus entornos en sí. Ejemplo de ello, son las acciones emprendidas a través del comercio justo, actividad donde ambas partes (comprador y vendedor) tienen su ganancia y logran un trabajo responsable y más equitativo.

Esta nueva forma de expresión se la denomina comercio ético y es aquél:

...que tiene por objeto garantizar que las condiciones de trabajo de las grandes cadenas de producción cumplan las normas mínimas fundamentales y erradicar las formas de explotación de la mano de obra tales como el trabajo infantil y el trabajo forzado, y eliminar los talleres de economía sumergida. Los criterios de etiquetado se basan normalmente en los convenios fundamentales de la OIT. Libro Verde (2001)

A continuación se enumeran acciones en las que distintos organismos e instituciones propician la inclusión de los principios éticos en sus actividades y han creado instrumentos donde se propicia la misma, como pilar del desarrollo en su gestión.

- ✓ En relación a la ética y la actividad turística, la Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Creó y patrocina la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo como medio para lograr la máxima

contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos.

Se ha comprometido también a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas para el Milenio (ODM), encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible.

✓ En Argentina, consintiendo las acciones que se vienen proponiendo, el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE) apoya las iniciativas llevadas a cabo, incluyendo en sus guías un indicador especialmente en relación al tema que es: “valores y transparencia”, como un instrumento para atenuar las dificultades en los procesos de gestión empresarial.

✓ A su vez, el mismo Instituto IARSE incorpora en sus acciones la creación del “Premio Nacional Ética y Responsabilidad Social Empresarial” (2003, 2005), como una forma de incentivar y distinguir los mejores trabajos inéditos sobre Responsabilidad Social Empresarial producidos en Argentina por estudiantes y docentes universitarios.

✓ También el Ministerio de Turismo de la Nación, en su Guía de Primeros Pasos en RSE para Pymes del Sector Turismo, reconoce la importancia de la ética y lo manifiesta en lo siguiente:...”*la RSE va más allá de lo económico e incluso de lo legal... El sentido de responsabilidad, el preocuparse por las consecuencias de sus acciones, tiene que ver con el sentido ético que tenga la organización. Una empresa es o no es responsable en la medida que pueda plasmar en hechos los valores éticos.*”

Marca así la diferencia entre una empresa cuyo objetivo es sólo económico y alienta aquellas empresas que trabajan con responsabilidad en sus entornos.

Antes de finalizar con los conocimientos conceptuales y las interpretaciones que se le da a los principios éticos y a las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial, en consonancia a su vez con la parte empírica de la presente investigación, destacamos que se incluyeron en la “encuesta” los aspectos relacionados a “valores, principios y la ética empresarial”, como eje de toda conducta humana en una empresa.

Culminando el presente apartado sobre la dimensión institucional y la ética como fórmula para contribuir a la Responsabilidad Social Empresarial, se reconoce la labor de numerosos organismos e investigadores que abordan la importancia del tema. El avance se va manifestando en la concientización y la voluntad de cambio, gracias a capacitaciones y fuertes campañas publicitarias, donde se vivencia un futuro más próspero para “todos” los que integramos esta bendita Tierra.

3.6.2. La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión sociocultural.

Ahora nos proponemos abordar la segunda dimensión de la Responsabilidad Social Empresarial como interviniente en los aspectos socioculturales.

Por ello es importante reconocer a la empresa como un ente social y que su actuación afecta a la sociedad en general.

La implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa, en su gestión interna y externa (entendida también por los stakeholder internos y externos), determina el grado de protagonismo e implicancia de la empresa en la sociedad.

Se sostiene que no hay una forma única de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial. Al ser una herramienta nueva, surgen inquietudes, aportes y numerosos materiales que están en plena conformación. Así lo afirman Flores, Ogliastri, Peinado-Vara, Petry (2007) quienes exponen:

... no existe una receta única de responsabilidad empresarial, sino por el contrario la RSE debe ser un modelo hecho a la medida según los objetivos e intenciones de la empresa, y alineado con su estrategia. Además, como señala Zadek (2004 y 2006), las dimensiones – cuestiones sociales – que componen la RSE de una empresa, dependen del contexto social en que la empresa opera. Por lo general, podemos decir que existen temas globales... que toda empresa debe considerar, independientemente del contexto social local o regional.

Desde nuestro punto de vista la dimensión sociocultural se desarrolla desde la óptica de la “gestión estratégica”, de la “filosofía” empresarial y desde la “filantropía”.

Asumimos que con la incorporación de esta nueva forma de visualizar la empresa mediante la gestión estratégica, la misma se beneficia en distintos aspectos: contribuye a una producción sostenible, a un cambio de imagen, posibilitando diferenciarse y posicionarse en el mercado. Beneficios éstos que no solo son económicos, sino lo más significativo, es un beneficio social (entorno interno y externo) con una producción participativa y activa de los recursos humanos que integran la empresa.

Esta visión es también sostenida por Reyno Momberg (2006) cuando manifiesta:

....Se puede pensar que la RSE debe incorporarse en la formulación de la estrategia empresarial ya que es un factor clave para el éxito y aceptación de las entidades en el futuro (...). Este proceso estratégico parte de la misión, visión y objetivos (pensamiento estratégico) enunciados desde una perspectiva social para, a continuación, formular, programar, implantar y controlar la estrategia social.

Continuando con el desarrollo, otra forma de entender la Responsabilidad Social Empresarial, es como un elemento de filantropía, postura sostenida por algunos autores.

Otros señalan que la Responsabilidad Social Empresarial está en una etapa superadora de la filantropía, como por ejemplo Larroca (2008: Cap. I: 6), cuando dice:

...entender el sentido de la Responsabilidad Social es comprender que no se trata de un asunto marketinero o filantrópico. Su dimensión es sustantiva y no se cubre con actividades efímeras, pasajeras, mediáticas. Entendiendo a la filantropía como una acción social externa de la empresa en beneficio de la comunidad, podemos afirmar que la RSE se constituye como una etapa superadora de la misma ya que, más allá de contribuir al bienestar social, involucra a la gestión empresarial, otorgándole una visión de sustentabilidad y respondiendo

desde su manera de hacer negocios a las exigencias de muchos más sectores.

Analizados los contenidos anteriores, disentimos con la postura que interpreta a la Responsabilidad Social Empresarial sólo como una filantropía, sí bien se reconoce que en sus comienzos fue esa la interpretación debido a las acciones, beneficencias y donativos realizadas por las empresas en forma ocasional.

En la actualidad ese enfoque evolucionó gracias a las estrategias comunicacionales concebidas a favor de la Responsabilidad Social Empresarial y por los beneficios otorgados a aquellas empresas e instituciones que han invertido en esta nueva cultura o filosofía organizacional. Referido a las prácticas filantrópicas de las empresas, una visión distinta es la expresada por Dejo (2005) quien sostiene:

La práctica de la filantropía organizada mediante la captación y el destino de recursos que son previamente fijados es mucho mejor que la práctica voluntaria y poco sistemática con la que se entregaban anteriormente los fondos. También es muy importante la política de donaciones o de ayudas que practican muchas empresas para favorecer a personas o grupos en situación de riesgo. Pero esta práctica empresarial no debe ser confundida con la filosofía de la responsabilidad social empresarial (RSE), una política enraizada en la esencia de las empresas que la han asumido.

Desde nuestra visión entendemos a la Responsabilidad Social Empresarial como componente de la gestión estratégica, la filosofía, la filantropía y como una política permanente de la empresa, de modo que:

- Posibilite la innovación en la organización, mejorando el nivel de eficiencia productiva a través de la incorporación de procesos sostenibles y de calidad en el manejo de sus recursos tanto humanos como materiales.

- Permita optimizar sus productos y servicios, que se traducen en una mayor rentabilidad y competitividad de las empresas.

Apoyamos estas ideas en: Unión Mundial para la Naturaleza (1991); Libro Verde (2001); Organización Internacional del Trabajo, OIT (2006); Comisión Europea (2006); Perdiguero, García Reche, Encabo Balbín (2005); Fernández Gago, Martínez Campillo (2008); Blanco Prieto (2008) Porter y Kramer (2002 y 2006) entre otros.

Argentina se suma a estas apreciaciones donde se reconoce la labor emprendida por organismos e instituciones, como por ejemplo el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE), quien es el encargado de asesorar a las empresas, mostrando las bondades y beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial.

También en relación al tema de la RSE y su inversión social, observamos que el Ministerio de Turismo de la Nación, a través de su “Banco de Experiencia en RSE” ⁽¹⁾, muestra ejemplos online de la implementación de la RSE con la perspectiva social.

Es preciso dejar sentado que la gestión estratégica engloba todos los aspectos, es decir institucional, económico, ambiental y sociocultural, mediante la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial sin tener en cuenta la dimensión de la empresa y su entorno, como sostiene el IARSE (2008) que:...“*En este nuevo contexto, las empresas, independientemente del tamaño y del sector, deben invertir en la calidad de las relaciones cotidianas que establecen con sus diversos públicos y participar de un esfuerzo conjunto de desarrollo social y ambiental, aliado con el económico.*” Indicadores de RSE + Paso a Paso para Pymes, IARSE (2008)

(1) Información dispuesta en: <http://desarrolloturistico.gob.ar/inversiones/rse/herramientas/banco-de-experiencias-en-rse>

3.6.3. La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión económica.

Se habló en los apartados anteriores de la compatibilidad entre los aspectos éticos y la gestión estratégica con una visión social, para aquellas empresas que deciden innovar en su accionar incorporando lineamientos de Responsabilidad Social Empresarial.

Ahora se suman las ideas de la dimensión económica que las traduciremos en distintas miradas, como la “Competitividad” y sus beneficios económicos que trae aparejados. Tema éste tan substancial como los anteriores, que posibilita a la empresa invertir como una herramienta para posicionarse y diferenciarse en el mercado.

Son numerosas las opiniones que afirman la postura que reconoce a la Responsabilidad Social Empresarial como elemento de competitividad y diferenciador. Dentro de esas opiniones podemos mencionar: Libro Verde (2001); Kramer y Porter (2006); Ulla (2012); Reyno Momberg (2006); U.N. Global Compact (2000); García Vílchez (2006); Instituto Económico de Evaluación y Empleo (s.f.); El Economista.es (marzo 2012); entre otros.

Se incorporan además, las ideas expuestas por el Director del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, Luis Ulla (2012), durante una entrevista concedida al Diario ALFIL (Córdoba - Argentina), donde manifiesta la importancia de incorporar la RSE como gestión de cambio y como herramienta que permite la competitividad y diferenciación en la empresa diciendo:

En el espacio de la competitividad, la diferenciación radica en el valor de las marcas y esto se relaciona a la conducta y la trayectoria de una empresa. Si la misma se liga además a una Gestión Socialmente Responsable, es decir, que incluya la creación paralela de valor ético, económico, social y ambiental, ese activo social pasa a ser parte de cómo la empresa se

presenta ante la sociedad y ello se traslada de manera directa a los bienes o servicios que ofrece. Por eso, competitividad y gestión responsable orientada a la sustentabilidad son complementarias y sinérgicas, explicó Ulla.

Entre otros autores mencionamos a Flores, Ogliastri, Peinado-Vara, Petry (2007). Los mismos hablan de las dimensiones que tienen efecto sobre la competitividad de la empresa y cómo estos factores impactan sobre la rentabilidad de los negocios.

Sus aportes se basan en el estudio de los *4 factores de la rentabilidad de Porter (1985)*, los cuales son:

- 1. La estructura de una industria;*
- 2. el posicionamiento;*
- 3. configuración de las actividades;*
- 4. eficiencia operativa.*

Los cuatro factores de la rentabilidad descritos previamente, ofrecen un marco conceptual para analizar y clasificar los beneficios derivados de las prácticas de responsabilidad social. La incidencia que puedan tener las prácticas responsables ... a su vez se ve reflejada progresivamente en las variables comúnmente utilizadas para medir el desempeño de los negocios como son el nivel de ingresos, de costos, de inversión, el valor de los activos y la gestión del riesgo.

Por su parte los mismos autores proponen acciones muy significativas a tener en cuenta en el momento de la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial y relacionado al tema en estudio. Manifiestan lo siguiente:

...Esta diferenciación puede ser alcanzada por medio de una etiqueta con el sello de comercio justo, por el cumplimiento con un estándar o a través de una certificación otorgada por entidades

independientes, sobre todo cuando la competencia no lleva esta etiqueta o cumple con este estándar o certificación.

...La diferenciación positiva a partir de las prácticas de RSE parece ser un beneficio claro tanto para las compañías grandes como para las medianas y pequeñas, y para las compañías que venden en mercados desarrollados al igual que para las que venden en mercados emergentes.

Los autores nos brindan términos importantes y muy actuales, lineamientos a seguir, las “*etiquetas con el sello de comercio justo*” que permite competir y diferenciarse a las empresas que incorporan estas acciones. También comenta que estas acciones se pueden aplicar a cualquier tipo de empresa, no dependiendo del tamaño de la misma ni de los mercados donde ubican su producción, temas planteados en los interrogantes de nuestra encuesta del trabajo de campo.

Después de haber recorrido las distintas apreciaciones sobre la competitividad, se plantea y se comparte la opinión destacada de García Lombardía; de la Torre García; Fuertes Zurita (2007) quienes manifiestan en los siguientes párrafos cómo se visualiza la Responsabilidad Social Empresarial, diciendo...*es el “management del siglo XXI” debe ser fruto de la reflexión y el diálogo permanente con los grupos de interés, y que no es universal, sino que depende de tres factores determinantes: la estrategia del negocio, la cultura corporativa y las circunstancias y condiciones de cada sector”...*

Como conclusión final expresamos que las empresas que anexas lineamientos e indicadores de responsabilidad social, se transformarán de una empresa tradicional en una empresa innovadora, responsable y competitiva.

Para ello deberán instaurar una metodología donde la sostenibilidad de los recursos humanos, culturales y ambientales sea proporcional con los económicos, determinando una constante evolución de los beneficios que se produzcan, logrando de esa forma un cambio de imagen y obligándose a un juego comunicacional de transparencia en sus procesos y entornos (stakeholder interno/ externo).

3.6.4. La Responsabilidad Social Empresarial como dimensión ambiental

La dimensión ambiental es aquella que permite relacionar al hombre con el medio ambiente, es decir los recursos naturales (agua, aire, suelo, etc.) y su consonancia con las otras dimensiones. Allí radica la importancia trascendental de la dimensión ambiental, ya que los efectos se reflejan día a día en los distintos sucesos que se vivencian a nivel mundial.

Apoyando la postura lograda, Vargas Sánchez, Vaca Acosta, García de Soto Camacho (2004) proponen una visión que consideramos apropiadas:

...Toda actividad económica genera, en mayor o menor medida, un impacto ambiental. Por ello, las empresas están tomando conciencia de la necesidad de comprometerse con el Medio Ambiente, no sólo por su directa responsabilidad medioambiental, sino porque también está en juego su credibilidad social, es decir, la confianza que los consumidores, ciudadanos, trabajadores y, en definitiva, la sociedad ha depositado en ellas...

Los aspectos ambientales, tema central de este apartado, se sustentan en el modo en que la empresa contribuye con el manejo y cuidado de los recursos naturales en los procesos productivos, para su perduración y uso razonable de los mismos.

Se sostiene que todas las acciones que desarrollan las empresas tienen que partir de una toma de conciencia de que existe un instrumento que debería ser el pilar en la gestión de los procesos de producción, como son los principios del Código de Ética Ambiental (1989), Comité de la WFOE (World Foundation Organization Environmental) en Ingeniería y Medio Ambiente. Su importancia radica en que son la base de un manejo sostenible y ético de los recursos de la empresa.

Para interiorizarnos y conocer más sobre los principios del Código de Ética Ambiental, se incorpora los siete principios, a saber:

Cuadro N°10: Los Principios del Código de Ética Ambiental

<p>1.- <i>Procure con su mayor capacidad, ánimo, entusiasmo y dedicación alcanzar un logro técnico superior, el cual contribuirá y proporcionará un ambiente saludable a todos los hombres, tanto en espacios abiertos como cerrados.</i></p>
<p>2.- <i>Haga un esfuerzo para alcanzar los objetivos económicos de su trabajo, con el mínimo consumo de materias primas y energía y la mínima producción de residuos y cualquier otra clase de contaminación.</i></p>
<p>3.- <i>En particular, trate de las consecuencias de sus propuestas y acciones directas o indirectas, a corto o largo plazo, sobre la salud de la gente, equidad social y los valores locales.</i></p>
<p>4.- <i>Estudie en todos sus aspectos el Medio Ambiente que será afectado, valore todos los impactos que puedan aparecer en el estado dinámico y estático de los ecosistemas comprometidos, urbanizados o naturales, así como los pertinentes sistemas socio-económicos y seleccione la mejor alternativa para un desarrollo ambientalmente profundo y sostenible.</i></p>
<p>5.- <i>Promueva un claro entendimiento de las acciones necesarias para restaurar y, si es posible, para mejorar el Medio Ambiente, que pueda ser perturbado e incluya dichas acciones en sus propuestas.</i></p>
<p>6.- <i>Rechace cualquier tipo de compromiso, que suponga daños para los ambientes humanos y naturales y disponga la mejor solución social y política.</i></p>
<p>7.- <i>Tenga en cuenta que los principios de interdependencia del ecosistema, mantenimiento de la diversidad, recuperación de los recursos y la armonía interrelacionada, forman las bases de nuestra continua existencia y que cualquiera de estas bases sirve de umbral al desarrollo sostenible que no deberá ser sobrepasado. Recuerde siempre que la guerra, avaricia, miseria e ignorancia, más los desastres naturales, así como la contaminación y destrucción de recursos provocados por el hombre, son las principales causas del progresivo empeoramiento del Medio Ambiente y que Ud., como un miembro activo de la profesión, implicado en la promoción y el desarrollo, debe usar su talento, conocimientos e imaginación, para ayudar a la sociedad a alejar esos males y mejorar la calidad de vida de la gente.</i></p>

Fuente: Código de Ética Ambiental (1989).

Lineamientos tienen que estar siempre presentes en la gestión empresarial, como se refleja también en el art. 39 del Libro Verde (2001)

donde insinúa a las empresas en el uso inteligente de los recursos que a su vez, contribuyen a una mejor rentabilidad y competitividad, manifestando que:

...En general, la disminución del consumo de recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes puede reducir el impacto sobre el medio ambiente (...) También puede resultar ventajosa para la empresa al reducir sus gastos energéticos y de eliminación de residuos y disminuir los insumos y los gastos de descontaminación. Distintas empresas han determinado que un menor consumo de materias primas puede redundar en un aumento de la rentabilidad y competitividad...

A su vez, García Marzá (1999) propone dos principios para una gestión ecológicamente responsable de parte de la empresa:

- 1) *Principio moral de actuación empresarial. Este principio señala la necesidad de que las organizaciones actúen de forma que las generaciones futuras puedan satisfacer sus necesidades.*
- 2) *Principio de gestión ecológica, según el cual se ha de actuar de modo tal que el medio ambiente no sufra con los procesos de fabricación, que los productos que la empresa vende no perjudiquen el medio ambiente ni durante ni después de su utilización, ni provocando más cargas que las absolutamente inevitables. En Vargas Sánchez, Vaca Acosta, García de Soto Camacho (2004).*

Desde Argentina las empresas e instituciones actualmente han desplegado un sinnúmero de acciones y campañas de comunicación donde se muestran las labores desarrolladas en beneficio y cuidado del medio ambiente. Un ejemplo de ello, es:

...Fundación Vida Silvestre Argentina y Coca-Cola de Argentina anunciaron a los ganadores de la 6° Edición del Concurso de Proyectos

de Agua. Fundación Cruzada Patagónica (...) y la Asociación Civil TEPEYAC por su proyecto “Agua: Fuente y promotora de Vida”. El proyecto presentado por la Fundación Cruzada Patagónica apunta a fortalecer el acceso a agua, tanto para consumo como para uso productivo, de ocho comunidades rurales que habitan en la pre-cordillera de los Andes, en la provincia de Neuquén. ComunicaRSE (2013).⁽¹⁾

Otras acciones destacadas que se vienen haciendo, son las emprendidas por el “Banco de Experiencias en RSE” en el Sector Turismo del Ministerio de Turismo de la Nación, donde se presentan las acciones logradas por empresas vinculadas a la actividad turística y que han incorporado en su gestión la Responsabilidad Social Empresarial.

Otro ejemplo de empresas que invierten en la RSE y se muestra su labor:⁽²⁾

✓ La Organización denominada “Chacras de Buenos Aires”, dedicada a la prestación de Servicios profesionales / Guías de turismo. “Sembrando Vida” está ubicado dentro del Hospital Interdisciplinario Psicoasistencial José Tiburcio Borda.

Su objetivo es: *“Reciclar un espacio del medio ambiente y generar intercambio”.*

Como logros se mencionan: *“Mejorar la calidad de vida de los participantes, capacitándolos desde la permacultura, en la huerta. Facilitarles herramientas para la reinserción en la vida social, laboral, familiar; diversificando la alimentación”...*

Para concluir, se sostiene que hay mucho por hacer, luchar y trabajar en el cuidado del medio ambiente, no sólo acciones aisladas de ciertos

(1) ComunicaRSE. Anunciaron los ganadores de la 6ª Edición del Concurso de Proyectos de Agua Comunicación de Responsabilidad & Sustentabilidad Empresarial. 17/01/2013 (<http://comunicarseweb.com.ar>)

(2) Información obtenida del Ministerio de Turismo de la Nación en la sección Banco de Experiencia en RSE. Los ejemplos citados se extrajeron de la web oficial, donde se expone una serie de empresas que han incorporado en su gestión la RSE.

colectivos de ecologistas, medidas cortoplacistas, sino que necesitamos la unión entre todos: asociaciones, instituciones, escuelas, actores locales, gobiernos, etc.

Además de lo anterior, sumar la labor de los medios de comunicación, mediante campañas donde se explique el uso y conservación de los recursos naturales, es decir un “educar en acción”.

Creemos desde nuestra humilde opinión, que el granito de trigo está sembrado y día a día algo estamos contribuyendo para salvar nuestro planeta de su contaminación y degradación.

3.7. Conclusiones del capítulo

Como conclusión, después de haber abordado y demostrado cómo la Responsabilidad Social Empresarial influye y favorece las dimensiones institucional, sociocultural, económica y ambiental, se propone incorporar a modo de “lineamientos” los puntos más destacados por diversos autores, sobre las dimensiones señaladas.

Consideramos personalmente que estos lineamientos son de suma trascendencia y dignos de tener en cuenta por su valor intrínseco, cuando se pretenda implementar la Responsabilidad Social Empresarial en una empresa.

Estos lineamientos en síntesis, son los siguientes:

- ✓ La ética es el eje transversal de la Responsabilidad Social Empresarial, ya que determina los límites del accionar de toda empresa con sus entornos.
“Toda acción o política empresarial se debe fundamentar y apoyar en un Código de Ética. La estrategia debe estar basada en una posibilidad de la empresa y en una necesidad del público al que va dirigido (o stakeholders)”. Marín (2004).
- ✓ No existe una fórmula única de la Responsabilidad Social Empresarial.
- ✓ Es necesario *“integrar los objetivos empresariales con el desarrollo social y ambiental de su entorno.”* Blanco Prieto (2008); Libro Verde (2001).
- ✓ *Cuanto más estrechamente relacionadas estén las acciones de Responsabilidad Social Empresarial de una empresa con su estrategia de negocios, más efectiva será ésta en crear valor social*

y económico simultáneamente". Porter y Kramer (2002-2006). En: Flores y otros (2007).

- ✓ La Responsabilidad Social Empresarial...*"tiene más que ver con la consecución de objetivos estratégicos y al éxito empresarial en el largo plazo"*. Fernández Gago, Martínez Campillo (2008)
- ✓ Actualmente se considera que la Responsabilidad Social Empresarial se encuentra en un estadio inicial, vislumbrando un horizonte promisorio y optimista en la incorporación de este instrumento para favorecer el desarrollo sostenible.

Finalmente se reconoce que las empresas valoran en mayor grado la Responsabilidad Social Empresarial, su importancia y necesidad de instrumentación, a fin de lograr una mejor competitividad, eficiencia en sus procesos y estrategias en relación con el entorno.

CAPITULO IV

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL TURISMO Y LA HOTELERIA.

4.1. Turismo y hotelería. Breve reseña.

El presente apartado se aboca en un comienzo, a delinear el impacto del turismo en el mundo globalizado, sus cambios y perspectivas futuras. A su vez, se visualizan los conocimientos actuales de la actividad turística. Entre los mismos se puede mencionar: la conceptualización del turismo, sus componentes y subsectores que lo integran, uno de ellos el hotelero que hace a nuestra investigación y su relación con la Responsabilidad Social Empresarial.

4.2. Efectos del turismo en el mundo globalizado: aspectos positivos y negativos

En las últimas décadas el turismo ha devenido en una de las mayores industrias del mundo, transformándose en el impulsor de beneficios y actividades.

Uno de los motivos por el cual esta actividad ha adquirido importancia en la mayoría de los países del mundo, es por su extraordinario efecto multiplicador (Acerenza, 1997) (OMT, 1998) y dinamizador, el cual, no sólo genera recursos económicos para quienes desarrollan actividades directamente relacionadas con el turismo, sino también para aquellos que indirectamente se ven beneficiados por el efecto generado en el lugar.

Es reconocido por la Organización Mundial del Turismo (OMT) que *“el turismo es la primera actividad económica y comercial a nivel mundial a principios del siglo XXI.”* Turismo de la Provincia de Sevilla y Universidad de Sevilla (2004).

A su vez, una gestión responsable del turismo aporta numerosos beneficios. Así lo sostiene la Organización Mundial del Turismo (2011) cuando dice que... *“contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo*

incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.”

Veamos ahora los impactos positivos del turismo desde las distintas perspectivas:

✓ Desde la perspectiva Institucional:

Se observa un cambio de postura de los agentes implicados, interesándose en el turismo como elemento dinamizador del desarrollo local, propiciando el asociativismo del sector público y privado y la participación activa de los actores locales en la planificación de actividades y productos turísticos.

Reafirmando lo expuesto, el *Manual de Gestión Local del Turismo, Directrices para agentes públicos de la Provincia de Sevilla* (2004) realizado por Turismo de la Provincia de Sevilla y Universidad de Sevilla, nos propone las siguientes ideas a seguir:

El proceso de planificación turística no debe quedarse en un mero ejercicio técnico y teórico. (...) Para alcanzar dicho objetivo se requieren varias condiciones: una decidida voluntad política de la administración local para llevar a cabo lo establecido en el Plan, la cooperación entre los sectores públicos y privados, la disposición de suficientes recursos financieros y la existencia de una adecuada capacidad técnica en el municipio.

Así también, desde el punto de vista institucional y socio -cultural, propicia la paz y el entendimiento entre naciones, la revalorización de los patrimonios culturales, los usos y costumbres autóctonos, fiestas populares, empleos locales.

Se suma además la dimensión ambiental, la creación de reservas naturales, concientización en el manejo de los recursos naturales, en la educación ambiental.

Dado los beneficios alcanzados se reconoce actualmente al “turismo” como fenómeno estructural y base de políticas de estado en numerosos países.

El desafío actual es fortalecer la capacidad de las comunidades locales y regionales para incrementar su desarrollo turístico. Para ello se deberá contar con los recursos humanos necesarios para lograr los beneficios que dicha actividad ofrece.

✓ Desde la perspectiva Económica:

- El turismo como fuente generadora de empleos: la OIT (2012) sostiene que el turismo propicia la contratación de “ mujeres y jóvenes” y lo manifiesta diciendo:

El turismo se está convirtiendo en una fuente significativa de crecimiento y empleo en muchos países en desarrollo, incluso en las zonas rurales y para quienes tienen un acceso limitado al mercado laboral, como las mujeres, los jóvenes y los migrantes.

- El efecto multiplicador en el turismo: Gracias a la actividad turística y los beneficios económicos que trae, éstos son distribuidos en forma de cascada permitiendo compartir los beneficios tanto en forma directa como indirectamente en el destino.

La OIT (2012) comenta: *“en 2011, el turismo generó – directa e indirectamente – casi 255 millones de empleos, y contribuyó con alrededor de 6 billones (millones de millones) de dólares a la economía mundial. Esto representa cerca de uno de cada 12 empleos y nueve por ciento del PIB mundial”.*

- Creación de nuevos productos turísticos: posibilitando atenuar la estacionalidad en el destino y contribuyendo a la estabilidad laboral.

- La creación de nuevos emprendimientos turísticos: Fortalecer el destino con la incorporación de numerosas actividades, adquisición de recursos e insumos. Generando puestos de trabajo. Apoya indirectamente los otros sectores que son afectados indirectamente.
- ✓ Desde la perspectiva Sociocultural:
 - ➔ En el marco social actual, sobre todo en los países desarrollados, la práctica turística se ha convertido en una necesidad principal para los residentes, ya que permite el disfrute y el descanso en sus tiempos libres. El turismo, se transformó en el valor agregado de la sociedad actual, para atenuar la vida agitada en un mundo globalizado.
 - ➔ Revalorización y concientización de las tradiciones folclóricas, de los patrimonios culturales y aborígenes.
 - ➔ Inserción de la población local en actividades turísticas, favoreciendo la inclusión social e igualdad de género y oportunidades.
- ✓ Desde la perspectiva Ambiental:
 - ➔ Creación de nuevas áreas protegidas para preservar la flora y fauna autóctona.
 - ➔ Protección de las áreas naturales, gracias a la incorporación de normativas que controlan el uso de las mismas.
 - ➔ Incremento de la concientización sobre la conservación del patrimonio natural, tanto en los habitantes del destino como en los visitantes.
 - ➔ Incorporación de indicadores que permiten determinar la capacidad de carga, es decir la incorporación de estándares que determinan el uso racional de los recursos en el destino.

- Fuertes campañas de comunicación y concientización en el cuidado y uso racional de los recursos naturales.
- Educación en el manejo de los residuos y el uso de energías renovables.

Continuando con los efectos que conlleva la actividad turística, a continuación se señalan los impactos negativos que nos manifiesta dicho fenómeno en general:

- ✓ Falta de respeto a los marcos regulatorios urbanísticos en la ejecución de instalaciones turísticas y en el manejo de los recursos naturales, afectando ecosistemas existentes en la zona.
- ✓ Condiciones laborales poco claras e irregulares, con prolongadas jornadas laborales. Contrataciones temporales, inseguridad laboral.
- ✓ Profesionalización no reconocida en los escalafones laborales.
- ✓ Falta de reconocimiento e inserción laboral de personal autóctono del destino, traspolando personal de otros destinos, ocasionando resistencia y desintegración entre los residentes.
- ✓ Cambios bruscos o demasiado grandes de los propios valores culturales, éticos y sociales.

Referido a este impacto nos hacemos eco de lo que expresan Wallingre; Villar (2009, pp. 62-63) quienes señalan como efectos negativos del turismo: *“la desculturación en la medida que se abandona las costumbres y tradiciones locales para abrazar las de los turistas (...); la mercantilización de la cultura local, que se manifiesta en modificaciones a las tradiciones locales para adecuarlas a las expectativas de los turistas...”*

- ✓ Destrucción, depredación o falta de cuidado de los recursos (naturales y culturales) y atractivos turísticos: parques naturales – lugares históricos y arqueológicos- invasión del paisaje serrano y de costas.
- ✓ El cambio climático: según Flores Ruiz, Pulido Fernández y Barroso González (2009)...*“en este sentido, alteraciones importantes en el medioambiente, ocasionadas por el cambio climático, pueden tener importantes consecuencias en el desarrollo de la actividad turística”...
...“Además, la incertidumbre sobre el tiempo meteorológico puede hacer que los turistas tomen la decisión de qué lugar de vacaciones prefieren en fechas próximas a su viaje”.*
- ✓ Según Flores Ruiz, Pulido Fernández y Barroso González (2009) los sectores de transporte y hoteleros son los que *“más emisiones de CO₂ genera”*. En relación con estos sectores, el hotelero *“representa la segunda fuente de emisión antropogénica de GEI como consecuencia del desarrollo de la actividad turística (...) Esta importancia viene dada por el uso intensivo de energía para aspectos tales como: aire acondicionado, calefacción, cocina, iluminación, limpieza, desalinización de agua, etc.”*
No obstante, debe decirse que el sector del alojamiento turístico tiene una gran potencialidad para reducir sus emisiones, ya que muchas de las medidas y estrategias que puede implementar son económicas, centrándose, fundamentalmente, en la eficiencia energética y utilización de energías renovables.

Para la realización del presente ítem se consultó las siguientes fuentes bibliográficas: Turismo de la Provincia de Sevilla y Universidad de Sevilla (2004); Acerenza (1997); Organización Mundial del Turismo (2011); OIT (2012); Flores Ruiz, Pulido Fernández y Barroso González (2009) entre otras fuentes.

4.3. Conceptualización del turismo. Componentes y subsectores

Hablar del turismo actualmente, nos lleva a decir que es una actividad que ha atesorado gran envergadura en estos últimos años, reconocido como un fenómeno sociocultural, económico y ambiental, generador de grandes cambios y posibilidades para aquellos destinos que apuestan a esta actividad.

El desarrollo de la actividad turística en numerosos destinos, regiones y países, no sólo contribuye en los aspectos económicos, sino también en las cuestiones socioculturales: en términos de revalorización de sus patrimonios autóctonos, preservación de reservas naturales, la creación de nuevos emprendimientos y empleos locales, entre otros.

A su vez, esta actividad bien organizada y gestionada puede aportar beneficios, relaciones y entendimiento entre naciones e incrementar la conciencia, valoración y la educación turística - ambiental sostenible.

Reconociendo al turismo, como base estructural para solucionar sus diversos problemas por su efecto multiplicador y dinamizador, ofrece a los destinos un valor agregado que les permite competir unos con otros, propiciando un desarrollo sostenible.

Lo manifiesta la Organización Mundial de Trabajo (OIT) (2012) al destacar la labor del turismo como *“una herramienta eficaz para superar la crisis”*. Siguiendo con las apreciaciones, las Naciones Unidas en los Objetivos de Desarrollo para el Milenio, (ODM) valora la actividad turística como elemento que contribuye a *...“reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible”*.

Hablamos del turismo, sus efectos positivos y negativos, pero es importante conocer conceptualmente qué es el “turismo”.

Hay un sinnúmero de interpretaciones conceptuales expuestas por organismos e investigadores. En este caso particular presentamos la definición propuesta por la Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo que regula la actividad turística a nivel mundial, donde reconoce al turismo como:

...La actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros. OMT (1998:46)

Se suma a esta interpretación el concepto propio formulado por el Profesor Samuel Egidio Sánchez (1995) quien define al Turismo así:

Es la actividad social que consiste en el desplazamiento y estadía temporal y voluntaria de personas en un destino prefijado, fuera de su domicilio habitual, en uso de su tiempo libre, por una motivación y finalidad vacacional, recreacional, de descanso o de ocio, no lucrativa e independiente de otras, para disfrutar de los atractivos naturales y culturales de un lugar y que comprende el conjunto de servicios e interrelaciones propias que de tal actividad se derivan.

Siguiendo con los conceptos nos permitimos definir al Turismo como:

Una actividad social que consiste en el desplazamiento voluntario de personas fuera de su domicilio habitual, por distintas motivaciones y en uso de su tiempo libre, que permite la socialización, el conocimiento de los recursos y patrimonio propios de cada lugar.

Actualmente hay un nuevo enfoque y es el concepto de turismo sostenible que desarrollamos en el ítem 4.3.1.1.

Ya expuesto el concepto de turismo, conviene señalar las partes que lo integran y que Sánchez (1995) denomina como los **Componentes** del Turismo.

De la idea expuesta por el autor se incorporan apreciaciones personales sobre los mismos.

Los Componentes del Turismo según el autor citado, son los siguientes:

- ✓ El componente actividad: *“Implica movimiento y desplazamiento. El desplazamiento en el espacio físico nace con el hombre, debido a su capacidad biológica de trasladarse y se amplía y extiende gracias al desarrollo de la tecnología y los transportes.”*

La actividad se efectúa teniendo en cuenta varios elementos: el tiempo, la motivación y el desplazamiento. Es el accionar que realiza el turista durante su viaje: visitas a museos, caminatas por parques, excursiones, entre otras.

- ✓ Componente Espacial: *“traslado físico, fuera del domicilio habitual.”*

Es el desplazamiento del turista a un destino ⁽¹⁾, estancia en lugares distintos al entorno o residencia habitual.

- ✓ Componente Temporal: *“por un tiempo limitado, no permanente no menos de veinticuatro horas y no más de seis meses, según la Convención de las Naciones Unidas (Nueva York- 1954)”*.

Otras interpretaciones sobre la estancia del turista en el destino sostienen que no debe ser “más de 1 año”.

Existen distintos tiempos y usos de este componente, pero en relación a la actividad turística, se habla de “tiempo libre”.

(1) Destino turístico es el “país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo”. (OMT -1998, según Bull). Otros autores, definen como la “concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas”. (Cooper *et al.*, 1993)

Se entiende por tiempo libre, aquel tiempo que nos queda después de haber cumplido con todas las obligaciones diarias; lo que resta se denomina tiempo libre, propicio para hacer distintas actividades, tales como caminar, conocer, entre otros.

Es decir, el tiempo utilizado por el turista para desplazarse, relacionarse y realizar las actividades recreacionales y turísticas. La duración del tiempo libre es limitado, no permanente y es delimitado por las legislaciones de cada país, el cual varía entre tres y seis meses a un año; pasado ese período, el turista se transforma en inmigrante.

- ✓ Componente Social: *“Se refiere a personas o sujetos humanos, que producen una interrelación y comunicación humana.”*
- ✓ Componente Motivación: *“ocio, recreación, esparcimiento, descanso. Es determinante de la actividad turística, por cuanto ésta no debe ser con fin lucrativo ni laboral.”*

Incentivación o impulso interno del hombre – turista, para realizar alguna acción o actividad.

- ✓ Componente Voluntario: *“no por obligación, como el trabajo por ejemplo, ni por la fuerza. Implica la elección libre de un destino determinado por el sujeto y no impuesto, ni por obra de la casualidad.”*

Es el impulso deliberado que se despierta en el turista con el afán de conocer, descubrir, socializarse y es por este motivo que se traslada (desplaza fuera de su entorno habitual). Esta misma motivación es la que da origen a las diversas modalidades y tipos de turismo: cultural, ecoturismo, rural, ocio, etc.

- Los Subsectores del Turismo: Las Empresas Hoteleras:

Analizando la actividad turística, para que se produzca el fenómeno en sí, hay acciones, actividades y empresas involucradas. Según Sánchez, S. (1995) ...”*considera al turismo como un árbol con un tronco común del cual se derivan sus ramas, constituídas por un conjunto de actividades o "subsectores" interrelacionados que se encargan de poner en el mercado la oferta de servicios turísticos, coordinarlos, promoverlos y atender al turista*”.

El mismo autor establece como subsectores los siguientes:

- *Operadores y agencias de viajes.*
- *Los alojamientos con sus diversas modalidades.*
- *Gastronomía y alimentación.*
- *Los transportes (aéreos, marítimos, terrestres y ferroviarios).*
- *Los organismos oficiales de turismo a nivel nacional, provincial y municipal*
- *Los profesionales en turismo.*

Estos subsectores en su conjunto integran el sector turismo. Como nuestro trabajo se dirige específicamente al Subsector hotelero y su relación con la Responsabilidad Social Empresarial, nos introducimos así a la consideración de la hotelería como una parte importante del turismo en general.

El tratamiento de este subsector en particular y su vinculación con la Responsabilidad Social Empresarial lo analizamos en el ítem 4.4.

Además las empresas hoteleras van incorporando la sostenibilidad en su desarrollo, como eje trasversal de su accionar. Debido a ello es importante conocer qué se entiende por “turismo sostenible” y sus aportes, en beneficio del desarrollo de los destinos.

4.3.1. Turismo y sostenibilidad

En este apartado, se incorpora la sostenibilidad como eje conductor de la actividad turística, permitiendo marcar el camino al desarrollo sostenible turístico.

En relación al tema, numerosas instituciones y organismos están trabajando y han generado diversos instructivos, normativas y propuestas con el objeto de contribuir a la sostenibilidad en el desarrollo de los destinos.

Hablando de “Turismo Sostenible” es importante y necesario conocer su concepto y sus contribuciones.

4.3.1.1. Turismo sostenible. Conceptualización

Una de las conceptualizaciones más significativas fue propuesta por el Comité de Desarrollo Sostenible del Turismo de la Organización Mundial del Turismo, en su reunión de Tailandia, en marzo de 2004.

Acordó examinar la definición de turismo sostenible de la OMT, publicada en el Programa 21 en el Mundo de los Viajes y el Turismo, en 1995. Se reconoce como turismo sostenible a lo siguiente:

El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas

La OMT ha formulado directrices para el desarrollo sostenible del turismo y sus prácticas se emplean en los diversos tipos, formas y clasificaciones del turismo. Según la OMT (2011) tales directrices son:

1. *Garantizar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que constituyen un elemento clave el desarrollo turístico, conservando*

los procesos ecológicos fundamentales y contribuyendo a la conservación de los recursos naturales y la diversidad biológica.

- 2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades de acogidas, conservar su patrimonio cultural edificado y humano y los valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a las tolerancias interculturales.*
- 3. Garantizar operaciones económicas viables a largo plazo, proporcionando beneficios socioeconómicos a todas las partes interesadas con una distribución justa de dichos beneficios, lo cual incluye empleo estable y oportunidades de generación de ingresos y servicios sociales para las comunidades de acogida, y contribuir a la reducción de la pobreza.*

Siguiendo las ideas de la OMT, *“para alcanzar un turismo sostenible es necesaria la participación de todas las partes interesadas, así como un seguimiento y control continuados de los efectos del turismo”.*

Acerenza (2011) agrega que *existe en esta definición de la OMT un aspecto importante que vale la pena señalar y es que se menciona como algo adicional que “el turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas”...*

Una vez analizados las directrices en que se asienta la gestión del desarrollo sostenible, los aspectos socioculturales, económicos y ambientales, es importante destacar que es un proceso nuevo y actual adaptable a cada área o destino en que se aplique.

Apoyando lo expuesto, Flores Ruíz (2009) evoca “cómo es el proceso de la sostenibilidad” y dice:

...el desarrollo turístico sostenible con un proceso de cambio cualitativo producto de la voluntad política que, con la participación imprescindible de la población local, adopta el marco institucional y legal así como los instrumentos de planificación y gestión, a un desarrollo turístico basado en un equilibrio entre la preservación del

patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica del turismo y la equidad social del desarrollo. De esta definición se extraen, por tanto, las diferentes dimensiones del desarrollo turístico sostenible - institucional, política, económica, social y medioambiental-.

De la Conferencia de Globe 90 Brasil, realizada por la Organización Mundial del Turismo, surgieron los “Principios del Turismo Sustentable”.

Exponemos los mismos en el apartado siguiente por su importancia, permitiendo a toda región, país, organismo o empresa, tener como pilar estos principios y como metas para su accionar.

4.3.1.2. Objetivos del turismo sostenible

La OMT en 2005 ha determinado conjuntamente con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) doce objetivos específicos “*para lograr formas de turismo más sostenibles*”. Estos son:

1. *Viabilidad económica.*
2. *Prosperidad local.*
3. *Calidad del empleo.*
4. *Igualdad social.*
5. *Satisfacción de los visitantes.*
6. *Control local.*
7. *Bienestar de la comunidad.*
8. *Riqueza cultural.*
9. *Integridad física.*
10. *Diversidad biológica.*
11. *Eficiencias de los recursos.*
12. *Pureza medioambiental.*

La OMT concluye este enfoque expresando que los objetivos presentados proponen...*“Implantar medidas tanto preventivas como correctivas. Mantener altos niveles de satisfacción del visitante. Aumentar su concienciación sobre los problemas asociados a la sostenibilidad”...*

Estas acciones son los lineamientos a seguir para fomentar un turismo sostenible que garantice una armonía entre destino, visitantes y el medioambiente.

4.3.1.3. Instrumentos que contribuyen al turismo sostenible

Actualmente el turismo produce el desplazamiento de gran número de personas a distintos destinos. Este efecto sobre el destino puede ser favorable o no. Para mantener la sostenibilidad en los destinos se aplican diversos instrumentos, que permiten delimitar los efectos de las acciones a fin de no producir daño alguno en los entornos.

En primer lugar, destacamos los Indicadores señalados por la Organización Mundial de Turismo (2005) que son *“instrumentos cuantitativos y sintéticos que facilitan el análisis y evaluación de la información de manera que, junto a cualquier otro tipo de instrumento, permitirán a los actores decisores reducir la probabilidad de adoptar inadvertidamente decisiones desafortunadas”*.

Estos indicadores son desde el punto de vista turístico, ya que en el ítem 2.5. hicimos referencia a indicadores pero desde el enfoque de la sostenibilidad.

El objetivo de la utilización de indicadores, especialmente en destinos potencialmente turísticos, es establecer información de base y permitir orientar las decisiones sobre opciones de desarrollo que protejan los ecosistemas sensibles y los activos culturales valiosos.

La idea consiste en establecer una evaluación sencilla de la sensibilidad medioambiental, de la presión ejercida sobre el entorno, de los resultados del uso turístico y las consecuencias humanas y biológicas de dicho uso.

La OMT presenta una serie de indicadores muy valiosos para los gestores y planificadores de los destinos turísticos. Ellos son:

- a. Indicadores básicos de turismo sustentable, concebidos por el grupo de trabajo internacional para su aplicación general a todos los destinos.

Por ejemplo, los indicadores que se pueden aplicar son: protección del sitio, presión, intensidad de uso, impacto social, control de desarrollo, tratamiento de desechos, proceso de planificación, ecosistemas críticos, satisfacción del consumidor, satisfacción de la población local.

- b. Indicadores específicos de destinos, para ecosistemas o tipos de turismo concretos. Los indicadores específicos de ecosistemas se aplican a destinos como zonas costeras, parques naturales o regiones montañosas.

Los indicadores específicos de sitio se elaboran especialmente para un sitio en particular Ej. Para regiones montañosas: erosión (% de superficie erosionada) - diversidad biológica (recuento de especies clave) - acceso a sitios clave (tiempos de espera). OMT (1999)

Una herramienta muy importante que contribuye a mantener un turismo sostenible es la capacidad de carga, la cual se expresa como...*“la capacidad de ocupación que mide el nivel de uso que resulta sostenible”*. OMT (1999)

La capacidad de carga advierte sobre los límites y umbrales más allá de los cuales la industria no desea pasar.

También se podría decir que es como *“el máximo aprovechamiento que se puede realizar de los recursos económicos, sociales, culturales y naturales de la zona de destino sin reducir la satisfacción de los visitantes y sin generar impactos negativos en la sociedad anfitriona o medio ambiente”*. Gascón; Cañada (2003)

Hay diversos tipos de capacidad de carga, algunos que podemos mencionar son: capacidad de carga ecológica, física, social, básica o de la infraestructura y otros.

A continuación se incorporan los distintos “instrumentos” creados por diversas instituciones en favor de la sostenibilidad. Entre los mismos podemos citar:

✓ Código Ético Mundial para el Turismo: La Organización Mundial de Turismo (OMT) patrocina su aplicación para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas para el Milenio (ODM), encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible.

✓ Carta de Lanzarote sobre Turismo Sostenible: Durante la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible realizada en Lanzarote, Islas Canarias - España en abril de 1995, se confeccionó dicha carta.

En la misma se exponen los lineamientos a seguir en relación a la planificación del turismo sostenible.

A continuación se exhibe uno de los ítem de la Resolución Final de la Carta de Lanzarote, en el cual se resume la trascendencia del documento:...”*La Conferencia recomienda a los gobiernos estatales y regionales formular, con carácter de urgencia, planes de acción para un desarrollo sostenible aplicados al turismo, en consonancia con los principios enunciados en esta Carta*”.

✓ Agenda 21: es un documento que establece cómo desarrollar la sostenibilidad en los aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales a nivel mundial.

Fue aprobada por 173 gobiernos en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo celebrada en Río de Janeiro en 1992. Se estableció también la “Agenda 21 local”; la misma, se focaliza en aplicar las herramientas necesarias para lograr la planificación del desarrollo local en los destinos.

✓ Agenda 21 para los Viajes y el Turismo: fue gestada en 1995, con el interés de proteger los recursos naturales y culturales, que son la base del mismo negocio y actividad turística.

Pone énfasis en la unión del gobierno con todos los sectores público – privados para explotar ese potencial y contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades y los países en los que opera.

..El éxito de la AL21 se sitúa en la habilidad para modificar las estructuras departamentales e integrar las variables ambientales y sociales en el resto de actividades y en la implicación de la ciudadanía, creando nuevos canales de participación en los que la ciudadanía intervenga no sólo en el diseño, sino en la implementación de la AL21.
Echeverría; Aguado Moralejo (2001).

✓ Declaración de Davos (2007): El surgimiento de la misma se origina en la celebración de la “Segunda Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo” en Davos, (Suiza).

La Declaración de Davos *“reconoció la evidencia del cambio climático y su fuerte relación con el turismo...Instó a la adopción urgente de un conjunto de políticas para alentar el turismo sostenible y formas de viaje que tengan en cuenta la respuesta al cambio climático.”*

Después de celebrada la Declaración de Davos, se volvió a aunar esfuerzos y diálogos sobre el cambio climático en la “Cumbre Ministerial” (13/11/ 2007) en Londres y en la Asamblea General de la OMT, (23 al 29/ 11/2009), en Cartagena de Indias (Colombia). OMT: De Davos a Bali (2007).

Siguiendo con el tema Turismo y Sostenibilidad, desde Argentina, se concretaron diversas herramientas que permitieron determinar un cambio importante desde el punto de vista de la gestión del turismo a nivel público y privado.

Una de las herramientas a destacar es la creación del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016, PFETS (2005), marco institucional

donde se conjugan los sectores público y privado, para la concreción de actividades turísticas, planificaciones de productos y destinos, asesoramiento y formación continua, entre otras acciones.

Es una propuesta innovadora e importante para la gestión de la actividad turística en la Argentina. Este mismo Plan Estratégico se ha actualizado y se proyectan sus estrategias hasta el 2020, incorporando nuevas propuestas, entre las mismas se destaca la incorporación de un área dedicada a la concientización de la importancia de la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en los distintos sectores turísticos.

Siguiendo con las estrategias emprendidas a nivel nacional en relación al sector del turismo, la Provincia de Córdoba creó El Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Córdoba (2006), en concordancia con el plan nacional anteriormente citado. Dichos planes apuntan a una gestión sostenible en el manejo de los recursos naturales, culturales, humanos y en el uso de estos recursos y la actividad turística.

Como colofón de dicho apartado podemos decir que otro instrumento que contribuye a impulsar procesos de desarrollo turístico es: la Responsabilidad Social Empresarial, la cual, como se recoge a lo largo de la tesis doctoral está siendo promovida e impulsada tanto por organismos internacionales como los distintos países donde el sector turístico adquiere especial importancia, entre los que se encuentra Argentina.

Tal y como se demuestra en esta investigación, este instrumento se encuentra en las primeras fases de su aplicación, si bien adquiere un importante potencial de desarrollo en cuanto a su contribución a los procesos de desarrollo turístico sostenible. No en vano, en la presente tesis doctoral sólo nos centramos en el análisis y aplicación que tiene este instrumento en el sector hotelero, sin prestar atención a su aplicación al resto de empresas y organizaciones que participan en la industria turística.

4.4. Panorama general del sector hotelero y su relación con la Responsabilidad Social Empresarial

Se enumeró los lineamientos y contribuciones que nos brinda el turismo. A fin de abocarnos al tema central del presente capítulo, la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero, reconocido como un sector integrante de dicha actividad turística, se incluyen algunas palabras de la Organización Mundial del Turismo (OMT), (2011) sobre el tema:

Afirmó el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai. “Para que el turismo responsable sea una realidad tangible en nuestro mundo, es esencial que el sector privado, al igual que sus contrapartes en las instituciones públicas, se adhieran a los principios de un turismo ético, sostenible y accesible para todos...”

Al hablar del sector hotelero nos remontamos a una de las empresas en constante actualidad e innovación para poder responder a las expectativas de la nueva demanda.

Hemos hablado del sector hotelero, pero no definimos qué se entiende por dicho sector. La OMT (1998) interpreta la *hostelería* como “*Sistema comercial compuesto de bienes materiales e intangibles dispuestos para satisfacer las necesidades básicas de descanso y alimentación de los usuarios fuera de su domicilio*”.

A su vez, se reconoce que no existe una “única clasificación y categorización” a nivel internacional. Cada país le da la particularidad legal propia a su impronta originaria.

Como manifiesta la OMT (1998) “*en la mayoría de los países la valoración de los establecimientos hoteleros se efectúa con el símbolo de estrellas, mientras que en el Reino Unido son coronas...en el caso de España, concretamente, la clasificación de estrellas (hasta cinco)*”...

En Argentina los establecimientos hoteleros se regulan de acuerdo a la Ley Nacional de Hotelería N° 18828/70 y su Decreto Reglamentario N° 1818/76. Los mismos se categorizan en estrellas, de una hasta cinco. A su vez, en relación a su clasificación (hotel, motel, residencial, etc.) tiene la particularidad de la legislación vigente en cada provincia.

En el caso particular de Córdoba el sector hotelero está regulado por Ley de Alojamiento N° 6483 (09/12/80) y su Decreto Reglamentario N° 1359/00 (5/9/2000), cuyas descripciones se exponen en el próximo capítulo.

Continuando con las apreciaciones, es tan significativa la labor desarrollada por el sector hotelero, tema de nuestra investigación, que la Organización Mundial de Turismo (2012) conjuntamente con otros organismos propone la constitución de una “Asociación Mundial para la Hostelería”.

Con referencia a ello, *“la OMT ha puesto en marcha, en cooperación con representantes de destacadas asociaciones internacionales, regionales y nacionales de hosteleros, una Asociación Mundial para la Hostelería, cuyo objetivo es reunir al sector para compartir prácticas idóneas y encontrar posturas comunes sobre temas tales como la calidad de los hoteles, la distribución o las principales tendencias de consumo (Madrid [España], 4 de octubre de 2012)”*.

Apoyando estas apreciaciones el Secretario General de la ONU, Ban Ki-Moon (2012) durante la ceremonia del Día Mundial del Turismo, cuyo lema de ese año fue *“Turismo y sostenibilidad energética: propulsores del desarrollo sostenible”*, enfatiza la labor de la industria del turismo y cómo puede contribuir en numerosas acciones, remarcando lo referente al sector hotelero, manifestando:

Dentro del sector turístico, ya son muchos quienes han demostrado su capacidad de liderazgo mediante la concepción y la aplicación de soluciones de energía limpia. En algunas regiones se ha logrado reducir el consumo de energía y las emisiones de gases de efecto invernadero hasta en un 40%, gracias a iniciativas como la guía práctica conocida como “Soluciones Energéticas para Hoteles”, preparada por la Organización Mundial del Turismo y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente...

Siguiendo con las acotaciones sobre el tema, vislumbramos la importancia de la incorporación de nuevos instrumentos cuyos lineamientos permitan a la empresa actuar y responder a las necesidades requeridas por el turista y sus entornos.

Uno de estos instrumentos es la Responsabilidad Social Empresarial, como sostiene la OMT (2011), manifestando las contribuciones al sector turismo:

...la responsabilidad social empresarial es vital para el futuro del sector, puesto que ayudará a garantizar la existencia de comunidades prósperas, atractivas y hospitalarias en los puntos de destino que seduzcan al visitante, es decir, en las bases mismas del crecimiento y la rentabilidad a largo plazo. Para crear un clima positivo para el turismo a largo plazo, será necesario que el sector en su conjunto adopte prácticas responsables y sostenibles (CMVT2002:6)”...

Las descripciones de posibilidades que le otorga la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial a las empresas, en sus procesos y beneficios, serán trascendentes en el tiempo.

A continuación adjuntamos una serie de antecedentes desarrollados por la OMT sobre acciones, documentos y nuevas tecnología creadas en relación al tema en estudio.

Los consideramos de importancia porque sus aportes contribuyen a nuestra investigación. Entre ellos podemos citar:

a.- Grandes empresas se comprometen a respetar el Código Ético Mundial para el Turismo:

Catorce de las más importantes empresas turísticas de España han firmado un compromiso de atenerse al Código Ético Mundial para el Turismo en el primer Congreso Internacional de Ética y Turismo,.. (Madrid [España], 15-16 de septiembre)⁽¹⁾.

b.- Destacadas empresas y asociaciones turísticas de México se comprometen a respetar el Código Ético Mundial de la OMT ⁽²⁾:

Once de las principales empresas y asociaciones turísticas de México han firmado compromisos con el Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT, uniéndose a un número creciente de actores del sector privado que han prometido promover y aplicar los valores del turismo responsable y sostenible defendidos por el Código (Campeche [México], 24-25 de octubre).

c.- Guía práctica en línea para ayudar a los hoteles a reducir la huella energética y los costos de energía:⁽³⁾

La guía práctica electrónica conocida como “Soluciones Energéticas para Hoteles” (HES), el resultado principal del proyecto “Soluciones Energéticas para Hoteles”, proporciona a los hoteleros un informe en el que se muestra su utilización actual de la energía, y se recomiendan tecnologías y medidas apropiadas de eficiencia energética y de energía renovable.

(1) Disponible en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2011-09-21/grandes-empresas-se-comprometen-respetar-el-codigo-etico-mundial-para-el-tu> Consultado 20/3/2013.

(2) Disponible en: Comunicado de Prensa de la OMT. Madrid, 29 de octubre del 2012. Consultado 20 marzo 2013.

(3) Disponible en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2011-08-30/guia-practica-en-linea-para-ayudar-los-hoteles-reducir-la-huella-energetica>. Consultado 20 marzo 2013.

Establece asimismo qué tipo de ahorro en gastos operacionales pueden esperar los hoteles de sus inversiones ecológicas mediante un cálculo del rendimiento de sus inversiones.

Los hoteleros de lengua española podrán ahora utilizar el kit de herramientas de Hotel Energy Solutions – HES (soluciones energéticas para hoteles) para evaluar el consumo energético de sus hoteles y descubrir tecnologías y medidas de ahorro energético apropiadas, recortando así tanto sus emisiones de carbono como sus gastos. (Comunicado de Prensa de la OMT. Maspalomas, Madrid. 27 Septiembre 2012)⁽¹⁾.

Un aspecto sumamente importante que hace a la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero, es el cuidado del medio ambiente que influye en el cambio climático.

Consideramos trascendente las ideas de los autores Flores Ruiz, Pulido Fernández y Barroso González (2009) en cuanto a minimizar los efectos producidos por la actividad hotelera con relación al uso de los recursos naturales y su influencia en el cambio climático.

Por ello, nos adherimos plenamente lo que expresan estos autores que plantean las estrategias posibles de solución propuestas a su vez, por la OMT:

Así, entre las estrategias de mitigación que propone la OMT para este sector se encuentran (OMT, 2008b):

- *Mantener temperaturas ideales en las habitaciones: tener en cuenta la edificación, el uso de termostatos, una localización correcta de los aires acondicionados y calefacciones, etc.*
- *En restaurantes caben destacar las siguientes medidas a implementar: cocinar con productos de la zona, utilizar productos*

(1) Disponible en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2012-09-27/la-herramienta-en-linea-que-ayuda-los-hoteles-ser-mas-ecologicos-ya-esta-di> Consultado el 20 marzo 2013.

orgánicos, servir comida vegetariana, mantener en estado óptimo los electrodomésticos de cocina y a una temperatura óptima los congeladores y frigoríficos, asegurar las puertas cerradas, etc. No en vano, la cocina explica una tercera parte de las emisiones causadas por los hogares de los países industrializados.

- *Mantener una temperatura ideal del agua: el agua caliente puede suponer alrededor de la mitad de energía que consume un hotel. De esta forma, para ahorrar energía, se debería almacenar el agua a no más de 60°C.*

- *Gestionar eficientemente la iluminación: hacer uso adecuado de la luz del día, instalar sensores de ocupación en áreas comunes y habitaciones, utilizar bombillas de bajo consumo, etc.*

En definitiva, debe destacarse la enorme potencialidad que existe, sin realizar inversiones excesivas, de que los alojamientos turísticos reduzcan significativamente su contribución al cambio climático, minimizando sus consumos de energía.

De esta forma justificamos la necesidad de estudiar y fomentar la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero, lo cual avala el motivo de la elección del tema y su importancia como instrumento que contribuye a la sostenibilidad.

A continuación se presenta un informe de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero en distintos países. Dicho informe se conformó con la consulta de diversos trabajos de investigación y casos prácticos, donde se observan las particularidades de cada uno de ellos y en relación al tema en estudio.

Al finalizar la descripción de los casos logrados se muestra un resumen donde se resaltan los resultados más destacados.

Se alude a que la lista de investigaciones sobre el tema sería muy larga, pero para este caso en particular, hemos seleccionado a nuestro criterio los más destacados, haciendo una síntesis de la labor lograda hasta este momento, sobre la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero.

4.4.1. La Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero: un análisis bibliográfico.

4.4.1.1. El sector hotelero de España:

Caso N° 1:

✓ El primer trabajo que mencionamos es el realizado por Núria Casaldàliga y Sara Horno (2012) sobre la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial Corporativa en el sector hotelero.

Trabajo éste muy destacado ya que muestra la situación actual del tema en estudio en España. A su vez, se asiente que las descripciones incorporadas y sus comentarios son extensas, pero creemos que el análisis citado es muy enriquecedor para nuestra investigación.

Las autoras sostienen que la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de España se encuentra en la fase inicial. Seguidamente se incluye una valoración de la situación:

En España el sector turístico representó en 2010 el 10,2 % del PIB,(...). Este desarrollo ha llevado a que España sea uno de los países con más empresas hoteleras. Según el directorio de alojamientos turísticos, también publicado por el INE⁽¹⁾, en el año 2011 la planta hotelera era de 19.210 establecimientos y contaba con 1.833.726 plazas. Del ranking que difunde anualmente la revista Hosteltur, de las 111 principales empresas hoteleras españolas de más de 1.000 habitaciones, solo dos, Sol Meliá y NH Hoteles, presentan una memoria independiente y completa de responsabilidad social, según las indicaciones del Global Reporting Initiative (GRI) - guía para elaborar las memorias de sostenibilidad o RSC,...

.... RIU Hoteles y AC Hoteles, informan a través de las memorias del Grupo TUI y Marriott respectivamente, al formar parte de dichos

(1) El significado de "INE" es el Instituto Nacional de Estadística de España. Consultado 25/4/2013

grupos empresariales. De las 107 empresas restantes, sabemos que 35 realizan algún tipo de acción relacionada con la responsabilidad social, dado que facilitan alguna información sobre prácticas en temas medioambientales o acción social,...adhesión a códigos éticos o de conducta,...

Del total de las 111 cadenas hoteleras analizadas, catorce de ellas han firmado el Código Ético Mundial para el Turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT), y seis cadenas son firmantes de ECPAT (siglas en inglés de Fin de la Prostitución Infantil en el Turismo Asiático), que compromete a las empresas en la lucha contra la utilización de la infancia en el turismo sexual a nivel mundial.

Hay también seis empresas que se han adherido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas,... Sin embargo, en este último caso no siempre está disponible el Informe de Progreso anual, uno de los requisitos que se exigen. En relación a los temas medioambientales, ocho de las cadenas informan de que han superado la certificación de la norma ISO 14001 y/o la norma europea EMAS de Gestión Ambiental. Además, cuatro de ellas cuentan con la Q de Calidad turística emitida por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), y una cuenta con la certificación Green Globe de turismo sostenible. Cinco cadenas del total de empresas analizadas se han comprometido con el Carbon Disclosure Project para la lucha contra el cambio climático a través de la reducción de gases de efecto invernadero y del uso sostenible del agua.

A nivel mundial y siguiendo el ranking que publica anualmente la revista Hostel, de las 25 primeras cadenas hoteleras, solo 7 presentan memorias de RSC, de las cuales 2 son las empresas españolas mencionadas anteriormente, lo que indica que en otras latitudes también hay mucho por hacer en estos aspectos.

Por lo tanto, sí sabemos algo de la implantación de la Responsabilidad Social Corporativa en el sector hotelero, y nos indica que España es uno de los países donde más compromisos formales se están tomando por parte de las empresas hoteleras, pero también que aún queda mucho por hacer para que este sector....

Caso N° 2:

- ✓ El autor Vargas (2011) realiza otro post basándose en un reciente estudio elaborado por CIDTUR e Imagine Tourism. Su propuesta es analizar la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial aplicada en las grandes cadenas hoteleras, donde manifiesta que las mismas se encuentran “*aún en fase primaria*”. De este trabajo extraemos las ideas más significativas:

El espectro de este estudio referido a las cadenas hoteleras es amplio, pues toma las 25 más grandes del mundo (entre ellas cinco españolas: Barceló, Iberostar, NH, Paradores y Sol Meliá), las líderes, aquellas que marcan las pautas y generan el seguidismo (mimetismo) de muchas otras. Así, se destaca que:

-La RSE tiene generalmente un carácter filantrópico y reactivo, pero no estratégico (que exigiría proactividad). No se tiene en cuenta la interrelación entre la sociedad, el medioambiente y la empresa, para gestionarla de manera sostenible.

-El ahorro en costes gracias a la RSE aparece en muy pocos informes; sin embargo, la valoración de la exposición a los riesgos sociales y ambientales se realiza, en el mejor de los casos, para los riesgos presentes, pero no para los futuros.

... es claro que la RSE no es todavía, en general, una herramienta estratégica de negocio de las cadenas hoteleras, que deberían avanzar en definir más claramente los resultados sociales y de

negocio que quieren conseguir con las actividades de RSE....En suma, lo que está detrás de estas siglas es un cambio de paradigma en el “management”, que ha de ponerse en marcha o reactivarse (según los casos) a partir de un honesto auto-diagnóstico que sitúe a estas empresas en condiciones de asumir y avanzar en una manera de entender el dirección estratégica...

Caso N° 3:

- ✓ Se muestra el trabajo que desarrollan las cadenas hoteleras en relación a la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial. A título de ejemplo se exponen las acciones logradas por la Cadena NH Hoteles en relación al tema y como se mencionó en los ítems anteriores. Las acciones más significativas logradas son:

...Desarrollo del Plan Director de Responsabilidad Corporativa 2011-2013 con foco en la innovación sostenible y que ha dotado de globalidad y transversalidad a todas las acciones en materia de RC.

Formación a empleados en el nuevo Código de Conducta que contempla a todos los grupos de interés e incorpora los principios del Código Ético Mundial para el Turismo, promovido por la Organización Mundial del Turismo (OMT)...Publicación de la sexta Memoria de Responsabilidad Corporativa con la calificación A+ que concede Global Reporting Initiative (GRI)...Superación del Plan Estratégico Medioambiental 2008-2012. Con un ahorro energético del 22,7%, reducción del consumo de agua del 27,6%, disminución de emisiones de CO2 del 40% y reducción de residuos y reciclaje del 34,2%, se anticipa así nueve años al objetivo del Plan 20-20-20 de la Unión Europea...NH Hoteles ha sido la primera cadena hotelera a nivel mundial en conseguir la certificación ISO 50001..

Innovación Sostenible: Ecomeeting, implantación de sistema de combustión por biomasa, Proyecto de Relamping, puntos de recarga para coches eléctricos....

La Acción Social se define como una de las líneas estratégicas del nuevo Plan Director de Responsabilidad Corporativa 2011-2013. En 2012 se consolidan las líneas de actuación social globales con implantación local.

Caso N° 4:

- ✓ Otros trabajo es el realizado por Gressa Perera; Ruíz Jiménez; Jiménez Jiménez (2008) sobre la implementación de la RSC en la Red de Paradores⁽¹⁾ de España. Propuesta ésta donde reconocen la labor de la Red de Paradores en la implementación de la RSC como ejemplo innovador y los beneficios que ésta ha traído aparejados. Esta organización empresarial se focaliza en el cumplimiento de:

...“Plan Estratégico 2004/08, donde se destaca el compromiso por una RSC, presente en todas las líneas de actuación”... “esta política empresarial, con un marcado fin público, se ha traducido en una estrategia de la RSC cuyos principios básicos son la rentabilidad, recursos humanos, sostenibilidad y calidad”.

También otro elemento a destacar la “elaboración de un Código Ético de aplicación integral, el primero de estas características del sector turístico.”...complementado con los diez principios básicos del pacto mundial de las Naciones Unidas, al que la empresa se adhirió en 2006”...

(1) La Red de Paradores está conformada por “Paradores de Turismo SA”. Es una empresa pública, cuyos orígenes son del 1928. En la actualidad gestiona un total de 93 establecimientos hoteleros, con una oferta de más de 10.000 plazas.

Caso N° 5:

- ✓ Continuando con nuestra propuesta se incorpora el trabajo de García Lombardía; de la Torre García; Fuertes Zurita (2007) sobre RSC en el sector hotelero en España. En él se muestran diversas e interesantes inquietudes relacionadas al tema. Presenta el trabajo realizado por las cadenas hoteleras.

A su vez, ejemplifica las acciones realizadas en favor a diversos colectivos sociales, entre los mismos, discapacitados, de bajos recursos.

También se destaca la incorporación de la certificación lograda, denominada Proyecto ETHOS: *...”es un proyecto promovido en el marco de la convocatoria de propuestas para la puesta en práctica de medidas innovadoras para la “Adaptación a la nueva economía en el marco del diálogo social”, previstas en el artículo 6 del reglamento del Fondo Social Europeo. El proyecto ETHOS pretende promover el consenso social y difundir nuevos planteamientos sobre responsabilidad social de las empresas en el sector hostelería de la Unión Europea ante los retos de la nueva economía...*

Siguiendo con la mención de las acciones se observan las relacionadas a los aspectos ambientales, exponiendo los aspectos positivos logrados y también muestran la estrecha relación que tiene la actividad hotelera con el medio ambiente. Las conclusiones logradas son:

La política de protección medioambiental en el sector hotelero está especialmente enfocada a la eficiencia energética, el ahorro de agua y la preservación del entorno natural... Esta última cuestión es clave estratégica del sector, puesto que un entorno privilegiado como ubicación del establecimiento hotelero es uno de los principales reclamos para la cadena.

...El sector, de hecho, puede considerarse muy activo en este sentido: las iniciativas son muy numerosas y la colaboración con

ONG, fundaciones, así como la prestación de ayuda puntual ante catástrofes naturales o de otro tipo, son prácticas generalizadas...

...Es posible considerar que en el sector hotelero, la inversión y la estrategia de RSC se está convirtiendo en un factor estratégico de primer orden y en uno de los componentes más importantes de la imagen de marca de las empresas del sector. La importancia de dicha imagen,..., es muy significativa para estas empresas, por lo que podemos concluir que la RSC se está convirtiendo en factor clave de diferenciación y de desarrollo de competencia distintiva en el sector.

Caso N° 6:

- ✓ Abello; Sendra Vellvé (2007): su proyecto consta del análisis de la utilización de indicadores de RSC en empresas de “servicios turísticos (hoteles, casa rurales, balnearios, ocio, etc) y determinar acciones tipo que puedan ser útil en entornos empresariales.”

El proyecto se focaliza en diez empresas pertenecientes al sector turístico de la Costa Dorada. Para ello se entregó un cuestionario a los hoteleros donde se pondera los indicadores económicos, sociales y ambientales. Como conclusión los autores exponen:

“La RSC como tal, todavía no es de aplicación en las empresas relacionadas con el sector turístico, pero éstas sí que se aplican una serie de buenas prácticas, a las que podemos calificar como prácticas socialmente responsables, que se acercan al concepto de RSC.”

“No importa el tamaño de la empresa para la adopción de medidas de RSC.”

“No existe una metodología común para todas las empresas en materia de RSC.”

“Falta de información: existe desconocimiento por parte de la sociedad en materia de RSC.”

“como indicadores más valorados son los económicos (...) podemos destacar el tener en cuenta el coste de la adopción de medidas, que deben ser acorde con la situación y necesidades de la empresa”.

“Los ambientales, aunque son de elevada aplicación”(...) las más aplicadas son las medidas de reducción de agua y energía, la recogida selectiva de los residuos y la reducción de los mismos y el uso de productos ambientales responsables.”

... “los indicadores sociales, podríamos destacar el ámbito referente a la política social, ya que sigue siendo un tema pendiente para muchas empresas”(...)”las acciones sociales todas las empresas destacan la necesidad de implicancia de todos los sectores de la empresa para que las medidas a adoptar tengan éxito.”

Caso N° 7:

- ✓ Murillo; Lozano (2009): su trabajo se focaliza en las Guías Sectoriales de RSE para la pequeña y mediana empresa: El sector de la hostelería.

Manifiesta las acciones logradas:

***Cataluña**, uno de los principales destinos turísticos del mundo, recibe anualmente a más de 16 millones de turistas, de los que aproximadamente un 70 % realizan su estancia en alguna de las empresas del sector hotelero (...) la introducción del elemento social y medioambiental se traduce en medidas concretas de reducción del impacto ecológico, en medidas de capacitación y de retención de los trabajadores, en la potenciación de la imagen de marca y de la cultura de la empresa. Pero, por encima de todo, destaca el elemento de innovación, la posibilidad de vincular este conjunto de acciones con la*

creación de un valor añadido vinculado al cambio de valores y de preferencias del cliente (...). La necesidad de avanzarnos a esta creciente complejidad del sector y del perfil del cliente abre la puerta a explorar las vías en las que las actuaciones de RSE se convierten un mecanismo de diferenciación y en un auténtico factor impulsor interno de la mejora en el sector hotelero.

Caso N° 8:

- ✓ Los aportes de Fernández Alles y Cuadrado Marqués (2011) sobre el sector hotelero:

Consideran que la aplicación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial constituye “un elemento estratégico clave en la gestión empresarial” (...) “la utilización responsable de los recursos contribuye al desarrollo de ventajas competitivas para las empresas que las implementan”.

Los autores destacan que los estudios sobre Responsabilidad Social Empresarial en mayor medida “se centren en la aplicación integral de las políticas de Responsabilidad Social en el sector hotelero, y no únicamente en determinados aspectos como las medidas medioambientales o la comunicación de las acciones emprendidas”...

A su vez, consideran relevante que el ámbito de estudio “no se centre en las personas que ocupan los cargos de dirección (...), sino que se amplíen al resto del personal de los establecimientos hoteleros y a sus clientes”.

Caso N° 9:

- ✓ Los aportes de Martínez García de Leaniz; Pérez Ruiz; Rodríguez del Bosque (2012) quienes manifiestan:
 - *Se ha demostrado la validez de la teoría del desarrollo sostenible y de la perspectiva —Triple Bottom Line— como enfoques para*

delimitar las responsabilidades de las empresas turísticas en la sociedad

- La información obtenida sugiere que los entrevistados utilizan la gestión de sus grupos de interés como articulación práctica de su política de RSC. Es decir, a través de la teoría del desarrollo sostenible las empresas concretan sus responsabilidades, pero gracias a la teoría de los grupos de interés, las empresas saben ante quién son responsables, respondiendo a las demandas que estos grupos plantean. De este modo, estas dos teorías adquieren un carácter complementario, tal y como apuntan autores como Freeman (2000) y Wheeler, Colbert y Freeman (2003).

- De hecho, se observan diferencias importantes entre las distintas tipologías de establecimientos hoteleros. En primer lugar, a pesar de no existir diferencias por categoría de hotel, sí que se aprecian en función de su tipología (gestión independiente o cadena hotelera).

4.4.1.2. La Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de Portugal:

- ✓ Sumando iniciativas, incluimos el trabajo de Do Céu Almeida (2005), quién aborda la Responsabilidad Social de la Empresas en el sector hotelero de Portugal.

La propuesta de investigación se focalizó en estudiar: *“La importancia que los Directores de hotel atribuyen a las características de una empresa socialmente responsable.”*

El trabajo de investigación se desarrolló en la planta hotelera de Portugal continental e islas, se estudió los hoteles de 4 y 5 estrella...*“teniendo como base los datos suministrados por la guía de los Hoteles de Portugal, de donde se seleccionó una sub-población de 177 unidades hoteleras que reunían las condiciones pretendidas”.*

A su vez la autora reconoce que *“El concepto de Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) está dando en Portugal los primeros pasos en el medio empresarial hotelero. Aún es un concepto nuevo y poco difundido.”*

Las conclusiones a que llegaron fueron las siguientes:

Aunque se habían realizado diversas acciones de sensibilización y divulgación, que aún se encuentran en curso sobre la problemática de una ESR, la discusión se encuentra todavía bastante activa tanto a nivel académico como a nivel de las grandes organizaciones internacionales. Aunque existen ya algunas implementaciones aisladas, sin embargo, la gran mayoría de las empresas de hostelería portuguesas parecen no haber asumido el concepto, y de ahí que los resultados obtenidos en la parte empírica sean tan reducidos (...) el resultado de la investigación sobre la importancia que los directores atribuyen a las características de una ESR, demuestra la necesidad latente existente en este sector, en Portugal, de adoptar modelos de ESR.

4.4.1.3. La Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de Brasil:

- ✓ La Organización Mundial del Turismo (2011:82) en su trabajo "*Políticas y Prácticas para el Turismo Mundial: El turismo como motor de crecimiento social*" presenta el caso práctico de la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en la "*Asociación de Hoteles Roteiros de Charme*"⁽¹⁾ Brasil, organismo que tiene un compromiso con los destinos donde actúan, en relación a la conservación de los ecosistemas naturales y la educación ambiental.

Algunos logros obtenidos son:

- *Aprobar un código deontológico*
- *Formación ambiental para empleados de los hoteles y familiares*
- *Ejecutar proyectos y actividades que generen beneficios sociales o la mejora de la calidad para las comunidades locales*
- *Impulsar iniciativas de apoyo para proteger los sistemas de áreas protegidas y corredores de biológica*
- *Éxitos obtenidos (...): entre un 30% y un 40 % de reducción del consumo de energético. El 70 % de los hoteles miembros utilizan energía solar para calentar el agua. El 30 % de los hoteles miembros disponen de fuente naturales de agua potable (...) Un 10 % de los hoteles miembros trata y reutiliza el 100% de las aguas residuales que genera para actividades no relacionadas con el consumo. El 100% de los hoteles miembros reutilizan, reduce y reciclan sus residuos sólidos (...) 35% cuentan con huertas ecológicas (...) Al menos 100 empresas locales de proveedores de servicios participan en el programa ambiental.*

(1) La Asociación de Hoteles Roteiros de Charme fue fundada en Brasil en 1992 como organización sin fines de lucro. En la actualidad engloba a 50 hoteles, posadas y refugios ecológicos. Disponible en: www.roteirosdecharme.com.br. Consultada mayo 2013

4.4.1.4. La Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de Argentina.

Siguiendo con el desarrollo del informe, ahora se suman las acciones sobre Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de Argentina, presentando los siguientes casos de hoteles con relación al tema:

Caso I:

Previamente debemos aclarar que este caso en particular, aplica la “Guía de Primeros Pasos en RSE para Pymes en el Sector Turismo” elaborada por el Ministerio de Turismo de la Nación.

A su vez, dicho caso se expone en el Banco de Experiencias en RSE en el Sector Turismo.

- ✓ “Home Hotel Buenos Aires”⁽¹⁾ Programa de reciclaje en alianza con El Ceibo, con la siguiente finalidad:

Descripción: Este proyecto consiste en concientizar al personal del hotel sobre el cuidado del medio ambiente, separar los residuos susceptibles de ser reciclados por categoría, y coordinar su retiro, devolviendo al ciclo productivo estos recursos recuperados. (...)
Home está orgulloso de ser el pionero en ‘eco-design’ y prácticas responsables para con el medio ambiente en el escenario de la Hotelería en Buenos Aires, y de jugar un rol activo en la sociedad.

Objetivos: Con este proyecto quisimos lograr no sólo la concientización hacia el interior del hotel, sino también hacia todos aquellos que trabajan junto a nosotros, proveedores y clientes...

Logros: Gracias a este proyecto se logró dar puestos de trabajo a familias que se encuentran por debajo de la línea de pobreza y trabajando en el proyecto de El Ceibo han logrado conseguir empleos y mejorar su forma de vida.

(1) Información obtenida de la web oficial del Ministerio de Turismo de la Nación, del Banco de Experiencia. Disponible en:
http://desarrolloturistico.gob.ar/recursos/rse/CASO_Home%20Hotel%20Buenos%20Aires.pdf
Consultado el 15 enero 2013.

Caso II:

- ✓ Machuca Castro; Glenda Vargas (2011) presenta una investigación sobre la Responsabilidad social empresaria en hotelería, manifestando:

... la investigación busca resaltar la importancia de la misma en la hotelería, analizando si su ejercicio constituye solamente un discurso publicitario o realmente la empresa busca retribuir a su personal y darles bienestar.

...Existen muchas prácticas o pautas de buena convivencia que se llevan a cabo en muchos hoteles relacionados con el cuidado del medio ambiente, tales como, manejo de residuos, ahorro del agua, uso materiales reciclables entre otros; además de diversas acciones de ayuda a entidades como organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro entre otras,(...)La importancia de ser socialmente responsable con el cliente interno de un hotel, va mas allá de una posible buena imagen que se pueda transmitir a los demás integrantes del entorno, está en relación directa con la razón de ser de la organización, el hacer que cada colaborador se sienta a gusto en el puesto y valorado como ser pensante, lo cual hace que pueda desempeñarse con calidad y aprovechar sus cualidades en beneficio sí mismo y de la organización.

Caso III:

- ✓ Bonomo (2010): Su investigación es sobre la Responsabilidad Social Empresarial aplicada a hoteles tres estrellas de la ciudad de La Plata, logrando como resultados los siguientes, según manifiesta este autor:

... Se puede decir que la RSE hoy en día, en cualquier empresa, no solamente en rubro de la hotelería y el turismo, ya dejó de ser una opción para pasar a ser una necesidad(...); sino que es necesaria desde el punto de vista que hoy el cliente potencial es más exigente a la hora de elegir las empresas en las cuales deposita su confianza, buscando asimismo calidad por sobre el precio..., se

está despertando una preocupación en la sociedad por el medio ambiente, y así, las empresas que se preocupan por el mismo y por la calidad de vida ocupan un lugar privilegiado a la hora de ser seleccionadas. Es decir, la RSE no sólo da una buena imagen puertas afuera, sino también puertas adentro, ya que además cuida al empleado y hace que el mismo se sienta a gusto e identificado con los objetivos y el propósito de la empresa.

Caso IV:

- ✓ Fábrega (2007²): En su investigación denominado: *¿Respalda el marco legal argentino a los hoteles que respetan las normas de Responsabilidad Social Empresaria?* propone una visión particular del tema. Adjuntamos el ítem “*Desarrollo de la Propuesta*” porque refleja una realidad actual sobre el tema. El autor manifiesta:

...Así se evidencia que en Argentina tanto quienes legislan para la industria del turismo como quienes trabajan en la hotelería (su principal institución), muestran un escaso reconocimiento conceptual de la Responsabilidad Social Empresaria y, más específicamente, del Ecoturismo...

Finalmente, se concluye que en Argentina son pocos los hoteles que desarrollan prácticas de Responsabilidad Social Empresaria y son casi inexistentes los ítems legales que contemplan tales prácticas.

Caso V:

- ✓ A continuación se comenta el caso “El Castillo Hotel”, ubicado en Valle Hermoso, localidad serrana de la Provincia de Córdoba, donde se implementó acciones de Responsabilidad Social Empresarial en el establecimiento, siendo reconocido por distintos organismos nacionales e internacionales por su propuesta innovadora de gestión. Esta información fue obtenida de la página web del hotel donde se muestra las particularidades del mismo.

El Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, IARSE (2012), en su Boletín reconoce la labor desarrollado por la familia Fábrega (autor del caso anterior) a favor de una gestión responsable e integral en su empresa. En el mismo medio se da a conocer las siguientes apreciaciones:

... En El Castillo Hotel Fabrega Organizational Center, creemos que un modelo de gestión responsable y sustentable debe ser una expresión de coherencia con los propios principios y valores éticos.(...)..En “El Castillo”, medimos los resultados del impacto de nuestro modelo de gestión sustentable de distintas maneras, teniendo en cuenta diversas variables: el crecimiento personal de cada integrante del equipo de trabajo, el aumento de la calidad del servicio prestado por cada área, la trascendencia que genera nuestro servicio en la vida personal de nuestros huéspedes (por ejemplo, que luego de su estadía en el hotel, se sientan inspirados a integrar a los miembros de su equipo de trabajo, a darle valor a la experiencia espiritual).

Una vez analizados los casos descritos, señalamos las acciones comunes y más importantes logradas por los hoteles correspondientes y que son:

- La Responsabilidad Social Empresarial, según los casos analizados, podemos afirmar que está en sus primeros estadios en el ámbito empresarial hotelero.
- Se reconoce la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en su implementación, aportando diversos beneficios para la empresa como para la sociedad.
- Se aplica en su mayoría sobre factores ambientales. En relación a los casos estudiados, se utiliza: en el ahorro de agua, energía, manejo de los recursos, reciclado de residuos, entre otras acciones.
- Incorporación de un Código de conducta o ético. Por ejemplo, algunos establecimientos adoptaron el compromiso con el Código Ético del Turismo. Otros han incorporado alguna certificación (denominada Proyecto ETHOS)
- Iniciativas hacia el logro de *Hotel Energy Solutions – HES (soluciones energéticas para hoteles)*.
- Se reconoce que la Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa se implementa mayormente en cadenas de hoteles u hoteles de gran tamaño; no obstante su aplicación se efectúa también en las empresas Pymes del sector: “No importa el tamaño de la empresa para la adopción de medidas de RSC.”(...) “No existe una metodología común para todas las empresas en materia de RSC.”
“Falta de información: existe desconocimiento por parte de la sociedad en materia de RSC.” Abello; Sendra Vellvé (2007).

Asentimos que la Responsabilidad Social Empresarial es el nuevo giro empresarial del siglo XXI y como dice Vargas (2011): ...”*lo que está detrás de estas siglas es un cambio de paradigma en el “management”*”

4.5. Sostenibilidad, Responsabilidad Social Empresarial y turismo.

Como conclusión de toda esta problemática, queremos expresar cuál es la interrelación entre Sostenibilidad, Responsabilidad Social Empresarial y Turismo, trilogía planteada en la Justificación (ítem 1.1) de nuestro trabajo.

Dejamos sentado que la Sostenibilidad es eje conductor de acciones y previsiones que le da el marco necesario a la actividad turística y en particular al sector hotelero.

Se observa que la sostenibilidad es transversal a los otros dos términos referidos con anterioridad (RSE y turismo). Por otra parte, se reconoce a la Responsabilidad Social Empresarial como un instrumento que contribuye a la sostenibilidad.

Este instrumento aporta el marco lógico y necesario para lograr el compromiso y el buen funcionamiento del sector empresario, tanto público como privado, en un manejo responsable de los recursos naturales, culturales y humanos.

Es decir, propiciar la creación de “empresas socialmente sostenibles y responsables” de forma especial en el sector hotelero, que no puede quedar ajeno a este nuevo giro o modelo de gestión actual.

Desde el punto de vista de la Responsabilidad Social Empresarial, los casos planteados de hoteles que han aplicado planes de sostenibilidad e implementan la Responsabilidad Social Empresarial, nos están demostrando aristas comunes en torno a la toma de conciencia de la importancia del tema por parte del sector hotelero a nivel internacional y nacional.

Como acotación final de este ítem dejamos constancia que se demuestra la interacción e interrelación de la trilogía que hemos seguido en nuestro trabajo: Sostenibilidad, Responsabilidad Social Empresarial y Turismo.

PARTE III

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA- ARGENTINA.

CAPITULO V

ANALISIS DE LA APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA- ARGENTINA.

5. 1. Panorama turístico de la Argentina y la Provincia de Córdoba. Breve reseña.

5.1.1. El turismo y la hotelería en Argentina.

La actividad turística en Argentina ha adquirido gran trascendencia como en todos los destinos turísticos a nivel mundial, ya que se vislumbra en ella los beneficios que la misma ofrece a los sectores económico, social, cultural y ambiental, debido entre otras cosas, a su gran dimensión territorial.

Además de ser un país nuevo a los mercados internacionales ofrece una gran diversidad de productos, atractivos y posibilidades turísticas, despertando el interés de los visitantes internacionales, que día a día ven a la Argentina como una propuesta turística a descubrir.

Entre los atractivos más visitados del país podemos destacar las Cataratas del Iguazú, Glaciar Perito Moreno, Patagonia, Bariloche, Norte Argentino, Ciudad de Buenos Aires, Córdoba entre otros destinos turísticos importantes a conocer.

A continuación se presenta un panorama de la demanda turística y su evolución histórica del período 2003 al 2010, tanto a nivel de la afluencia de turismo internacional como del movimiento de turismo interno.

La información contenida en los cuadros y gráficos de los ítems 5.1.1 y 5.1.2 se han obtenidos de la página web oficial del Ministerio de Turismo de la Nación (Argentina), Subsecretaría de Desarrollo Turístico (SSDT), Dirección de Estudios de Mercado y Estadística, www.turismo.gov.ar .

Cuadro N° 11: Demanda turística internacional del 2003- 2010

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*	2010*	Var. 10/09	Var. 10/03
Llegadas de Turistas no residentes	2,995,272	3,456,527	3,822,666	4,172,534	4,561,742	4,700,494	4,307,666	5,325,129	23.6%	77.8%
Ingresos Económicos (millones de dólares)	1,942.3	2,162.7	2,640.9	3,249.5	4,218.1	4,530.1	3,837.5	4,816.4	25.5%	148.0%
Salidas de Argentinos al exterior	3,087,664	3,903,515	3,894,096	3,891,765	4,166,690	4,613,607	4,981,343	5,306,966	6.5%	71.9%
Egresos Económicos (millones de dólares)	2,434.8	2,527.2	2,706.4	3,004.5	3,826.1	4,457.0	4,344.3	4,703.5	8.3%	93.2%
Balance de Turistas	-92,392	-446,988	-71,430	280,769	395,053	86,887	-673,676	18,163	-	-
Balance de Divisas (millones de dólares)	-492.5	-364.5	-65.5	245.1	392.0	73.1	-506.8	112.9	-	-

* Datos provisorios

Fuente: Información extraída de la página web oficial del Ministerio de Turismo de la Nación, Subsecretaría de Desarrollo Turístico, Dirección de Estudios de Mercado y Estadística. Consultada enero 2013.

Cuadro N°12: Demanda turística nacional del 2003 - 2010

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010*	Var. 10/09	Var. 10/03
Total Llegadas Turismo Interior	27,057,904	30,158,593	32,246,117	34,351,444	36,205,593	37,693,385	35,049,909	37,582,933	7.2%	38.9%
Llegadas Temporada estival	17,530,785	19,266,408	20,763,035	22,018,302	23,459,166	24,383,764	23,070,747	24,508,097	6.2%	39.8%
Llegadas Temporada invernal	7,744,406	8,949,953	9,377,899	10,160,112	10,443,902	10,818,381	9,848,218	10,823,881	9.9%	39.8%
Llegadas Semana Santa	1,782,713	1,942,232	2,105,183	2,173,030	2,302,525	2,491,240	2,130,944	2,250,955	5.6%	26.3%

Fuente: Información extraída de la página web oficial del Ministerio de Turismo de la Nación, Subsecretaría de Desarrollo Turístico, Dirección de Estudios de Mercado y Estadística. Consultada enero 2013.

Merece destacarse que el turismo interno en Argentina es significativo en cuanto al movimiento de turistas, registrándose entre los años 2009 / 2010 un incremento de 7,2%, como se observa en el cuadro precedente.

Hacemos notar que de acuerdo a las estadísticas de la OMT (2012) se registra en el año 2011 la cifra de 5.663.000 de turistas arribados al país, registrándose en el último año referido, un incremento del 6, 3% de turistas.

5.1.2. El sector hotelero en Argentina:

El presente informe se conformó con los datos obtenidos del Ministerio de Turismo de la Nación, Subsecretaría de Desarrollo Turístico, Dirección de Estudios de Mercado y Estadística.

En el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 se presenta el informe “Oferta de Alojamiento en Argentina Año 2010” donde se exponen las valoraciones de la evolución de la oferta de establecimientos y plazas Hoteleras y Parahoteleras y su distribución en los períodos que se mencionan en los Cuadros y Gráficos siguientes:

El informe de la “Oferta de Alojamiento en Argentina 2010” expresa que:...” *En la República Argentina existen 12.227 establecimientos de alojamiento distribuidos en 5.107 establecimientos hoteleros y 7.120 parahoteleros. En total comprenden 220.420 habitaciones (147.092 hoteleras y 73.328 parahoteleras) y 564.368 plazas (352.738 hoteleras y 211.630 parahoteleras).*”

La clasificación y categorización hotelera vigente en Argentina es la siguiente:

- Establecimientos hoteleros: Hoteles de 1 a 5 estrellas. Hoteles boutique, apart hoteles y hoteles sin categorizar.
- Parahoteleros: hosterías, hospedajes, residenciales, cabañas / bungalows, moteles, albergues / Bed & Breakfast/hostels, pensiones, complejos turísticos, hoteles sindicales y municipales, colonias, hostales y tiempo compartido.

Cuadro N°13: Evolución de la oferta de alojamiento y plazas hoteleras.

Años 2003/ 2008/ 2009

	Año 2003	Año 2008	Año 2009	Variac. 2008/9	Variac. 2009/3
Establecimientos	8.038	11.474	12.227	6,6%	52,1%
Plazas	434.522	542.087	564.368	4,1%	29,9%

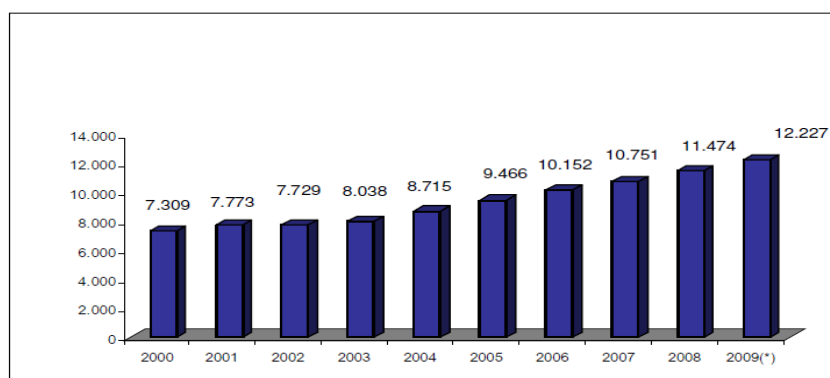
Fuente: Información extraída de la página web oficial del Ministerio de Turismo de la Nación, Dirección de Estudios y Estadística. DNDT – MINTUR. En base a datos de organismos provinciales y municipales de Turismo. ⁽¹⁾

En Argentina en 2009 la oferta total de establecimientos de alojamiento hotelero y parahotelero (12.227) se incrementó 6.6% y la de plazas (564.368) creció 4.1% respecto al 2008.

A fin de visualizar la proyección de la oferta de establecimientos y plazas hoteleras en Argentina se adjunta los gráficos siguientes elaborados por el Ministerio de Turismo de la Nación, donde se puede observar el crecimiento que ha tenido el sector:

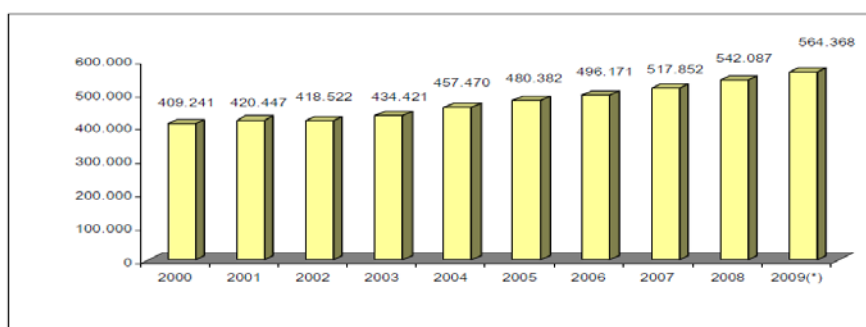
(1) Ministerio de Turismo de la Nación Argentina. Dirección de Estudios y Estadística. Disponible en http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2011/01/informe-oferta-alojamiento-2009.pdf Consultada enero 2013.

**Gráfico N° 3: Evolución de la oferta de establecimientos en Argentina.
Período 2000 -2009**



Fuente: Información extraída de la web oficial de la Dirección de Estudios de Mercado y Estadísticas, DNDT – MINTUR. En base a datos de organismos provinciales y municipales de turismo.⁽¹⁾

**Gráfico N° 4: Evolución de la oferta de plazas en Argentina.
Período 2000 -2009**



Fuente: Información extraída de la web oficial de la Dirección de Estudios de Mercado y Estadísticas, DNDT – MINTUR. En base a datos de organismos provinciales y municipales de turismo.⁽¹⁾

Para una mejor ilustración de la oferta de plazas hoteleras y parahoteleras presentamos el mapa y cuadro siguiente del Ministerio de Turismo de la Nación:

(1) Ministerio de Turismo de la Nación Argentina. Dirección de Estudios y Estadística. Disponible en http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2011/01/informe-oferta-alojamiento-2009.pdf Consultada enero 2013.

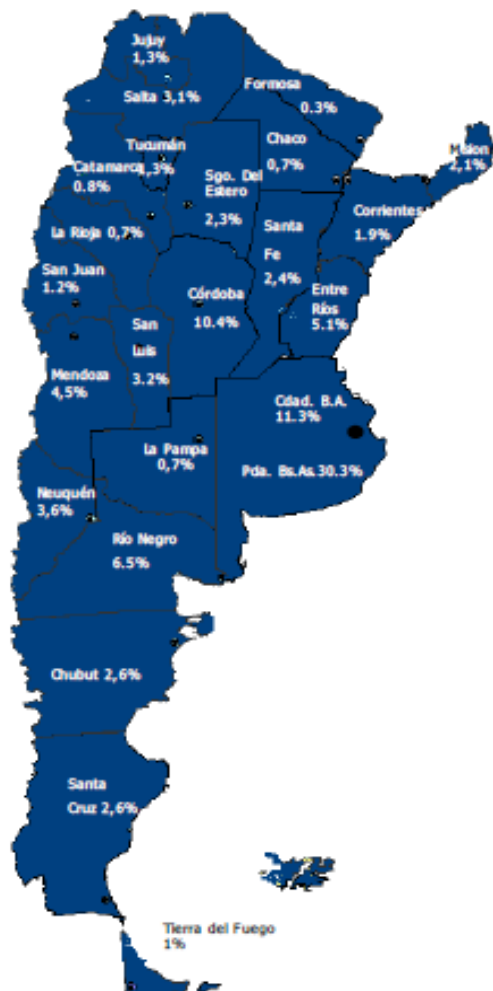
Cuadro N° 14: Distribución de la oferta de plazas hoteleras y parahoteleras según provincias. Año 2009.

Provincia	Plazas	Particip. %
TOTAL	564.368	100%
Pcia. Buenos Aires	170.756	30,3%
Ciudad. Buenos Aires	63.756	11,3%
Córdoba	58.815	10,4%
Río Negro	36.693	6,5%
Entre Ríos	28.879	5,1%
Mendoza	25.195	4,5%
Neuquén	20.118	3,6%
Salta	17.430	3,1%
Santa Cruz	14.794	2,6%
Chubut	14.497	2,6%
Santiago del Estero	13.205	2,3%
Santa Fe	13.737	2,4%
San Luis	17.925	3,2%
Misiones	11.992	2,1%
Comienres	10.928	1,9%
Tucumán	7.500	1,3%
San Juan	6.930	1,2%
Jujuy	7.509	1,3%
Tierra del Fuego	5.792	1,0%
Cabamara	4.402	0,8%
La Pampa	3.997	0,7%
Chaco	3.771	0,7%
La Rioja	4.003	0,7%
Formosa	1.743	0,3%

Fuente: Dirección de Estudios de Mercado y Estadística DNDT-MINTUR. En base a datos de organismos provinciales y municipales de turismo

En el mapa adjunto se observa que el 64% de las 564.368 plazas hoteleras y parahoteleras del país se concentran principalmente en la provincia de Buenos Aires (30%), C.A.B.A. (11%), Córdoba (10%), Río Negro (6,5%) y Entre Ríos (5%).

Mapa 1: Participación de la oferta de plazas hoteleras y parahoteleras según provincia. Año 2009.



Fuente: Información extraída de la web oficial de la Dirección de Estudios de Mercado y Estadísticas, DNDT – MINTUR. En base a datos de organismos provinciales y municipales de turismo.⁽¹⁾

En relación a las “Cadenas Hoteleras” Internacionales, día a día se van incorporando nuevos establecimiento a las plantas hoteleras de las distintas provincias de Argentina. En relación al número de establecimientos se

(1) Ministerio de Turismo de la Nación Argentina. Dirección de Estudios y Estadística. Disponible en http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2011/01/informe-oferta-alojamiento-2009.pdf Consultada enero 2013.

cuenta con *“un total de 315 establecimientos hoteleros y parahoteleros que pertenecen a cadenas”*.

Continuando con el análisis del sector hotelero de Argentina, se informa sobre algunos establecimientos hoteleros que en sus procesos incorporan la sustentabilidad, denominados *“Hoteles Más Verdes”*. Se reconoce la importancia de estos casos por su destacada labor a favor del medio ambiente.

Durante el desarrollo de la Feria Internacional Hotelga 2012⁽¹⁾ se llevó a cabo el primer concurso *“Nacional al Mejor Proyecto de Hotelería Sustentable bajo el lema Hoteles Más Verdes”*. Dicho concurso es organizado por la Asociación de Hoteles de Turismo (AHT), la Federación Empresarial Hotelera Gastronómica (FEHGRA) y Ferias Argentinas S.A. El objetivo del mismo fue mostrar *“a través de sus trabajos e iniciativas, la creatividad argentina puesta al servicio de la industria de la hospitalidad y su desarrollo sustentable a través del diseño de instalaciones hoteleras, la incorporación de tecnologías ecoeficientes y la búsqueda de la reducción del impacto ambiental*.

En esta última edición de Hotelga, los ganadores del Concurso Hoteles Más Verdes 2012 fueron tres establecimientos del interior del país.

Es de destacar estas primeras experiencias llevadas a cabo en Argentina en pos de la sostenibilidad y su incidencia en la Responsabilidad Social Empresarial. Estas acciones están en consonancia con los objetivos que persigue nuestra investigación.

(1) HOTELGA, Feria Internacional de Equipamiento, Productos y Servicios para la Gastronomía y la Hotelería. Disponible en: <http://www.hotelga.com.ar/concurso-nacional-al-mejor-proyecto-de-hoteleria-sustentable-hoteles-mas-verdes/> Publicado el 25 de octubre de 2012. Consultado diciembre 2012

5.1.3. El turismo y la hotelería de la Provincia de Córdoba

La Provincia de Córdoba se encuentra ubicada en el centro de la República Argentina, conformada por una población de 1.329.604 habitantes según el censo nacional 2010 y con una superficie total de 576 km².

En la misma confluyen aspectos socioculturales, económicos y territoriales, como una síntesis de la realidad del país.

En su espacio geográfico descubrimos llanuras, lagos, sierras y variada vegetación, que le dan a Córdoba el reconocimiento de ser el segundo destino turístico más importante a nivel nacional, después de Buenos Aires, sumado a la actividad económica, por ser polo agrícola - ganadero, metal-mecánico e industrial.

La Provincia de Córdoba fue fundada por Don Jerónimo Luis de Cabrera el 6 de julio 1573. “La Docta”, denominación que se le ha otorgado a la ciudad de Córdoba, desde nuestros comienzos históricos, por la creación en 1613 de la primera casa de altos estudios del Virreinato del Río de la Plata, (actualmente Universidad Nacional de Córdoba).

En ella han dejado sus pasos los grandes pensadores, doctores e historiadores de América Latina, reconociendo a la Ciudad como “cuna de la cultura argentina”.

La ciudad capital congrega la particularidad vanguardista de una gran metrópoli latinoamericana, donde convergen en su paisaje, realidades muy diversas tales como: la Manzana Jesuítica, La Cañada, monumentos históricos, museos e iglesias de diversos credos, grandes centros comerciales, complejos hoteleros de cadenas nacionales e internacionales, estadio mundialista de fútbol, aeropuerto internacional, construcción de vías rápidas como los nudos viales, entre otras.

Conviven así dos estilos de ciudad: la ciudad colonial, con su impronta histórica - cultural y la ciudad moderna actual y tecnificada.

Imágenes de la Ciudad y Provincia de Córdoba



<http://www.skyscraperlife.com/argentina/13095-ciudad-de-cordoba-imagenes> (Cañada y Edificio Inteligente)
http://en.wikipedia.org/wiki/National_University_of_C%C3%B3rdoba (UNC)
http://es.wikipedia.org/wiki/Manzana_Jesu%C3%ADtica (Manzana Jesuítica)
http://occidentales.com.ar/noticias/plastica/1897/un_palacio_con_destino_cultural.htm (Palacio Evita)
<http://www.panoramio.com/photo/1028234> (Arco de Córdoba)
[http://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_San_Mart%C3%ADn_\(C%C3%B3rdoba\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_San_Mart%C3%ADn_(C%C3%B3rdoba)) (Plaza San Martín)
<http://www.acarospaz.com/> (Villa Carlos Paz)
[http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Barrios_de_C%C3%B3rdoba_\(Argentina\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Barrios_de_C%C3%B3rdoba_(Argentina)) (Ciudad de Córdoba)
[http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_la_Ciudad_de_C%C3%B3rdoba_\(Argentina\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_la_Ciudad_de_C%C3%B3rdoba_(Argentina)) (Ciudad de Córdoba)

La información que presentamos a continuación se ha obtenido de la Dirección de Turismo Municipal de Córdoba, consignada en el Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba ⁽¹⁾ dependiente de dicha Dirección.

Los Cuadros y Gráficos que se muestran más abajo y que exponen la evolución de la demanda turística y de alojamiento de la ciudad de Córdoba, se extraen del material: “Córdoba una Ciudad Turística” (Enero de 2011); “Oferta de la Ciudad de Córdoba: Informe especial” (2009[?]) publicado por dicho observatorio.

La cantidad de turistas alojados y que visitaron la Ciudad de Córdoba 2010 fue de 1.020.676 entre argentinos y extranjeros, según estadísticas del Observatorio Turístico de la Ciudad (2011), p. 15.

En relación a la infraestructura turística, la ciudad de Córdoba posee una gran variedad de opciones y servicios. Dentro de los mismos podemos citar:

- 162 Hoteles con 10.986 plazas de alojamiento de todas las tipologías y categorías.
- Numerosos Predios feriales para diferentes alternativas como propiciar el turismo de congresos, ferias y eventos, producto turístico que se ha incrementado en estos últimos años.
- 10 centros comerciales o shopping, donde se congregan una gran variedad de locales de marcas de indumentarias, accesorios, artesanías, patios de comidas y actividades recreacionales.
- 36 museos, galerías de arte, salas de teatro y espacios muy varios.

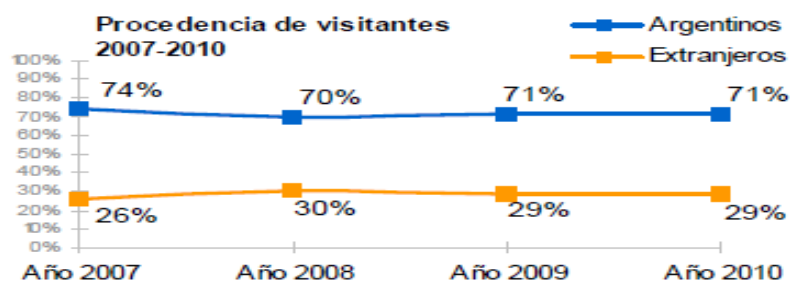
(1) El Observatorio Turístico de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Córdoba, “es un área de la Dirección de Turismo responsable de la investigación y análisis de las principales variables del sector turístico local. Fue creado en el marco del Plan “Córdoba 4 estaciones”, para convertirse en un instrumento útil para la planificación... y en un centro clave de generación de información específica. Se encarga de investigar, analizar y elaborar informes sobre: Demanda turística, Oferta turística, Tendencias, Gestión interna”. Disponible en: [turismo.cordoba.gov.ar](http://www2.cordoba.gov.ar/turismo/observatorioturistico/)
<http://www2.cordoba.gov.ar/turismo/observatorioturistico/>

5.1.4. Nuevas tendencias de la demanda actual

El perfil de turistas que en 2010 visitaron la ciudad según el Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba, es el siguiente:

- En cuanto a la procedencia de los turistas, el 71% fueron argentinos y 29% extranjeros.
- Los turistas de origen nacional que nos visitaron son de las siguientes provincias: Buenos Aires, la región del Litoral y Provincia de Córdoba.
- *El 58% de los turistas extranjeros proceden de América principalmente de países limítrofes, mientras que los europeos alcanzan el 36%. Brasil, Chile, Francia, España y Alemania fueron los países que más turistas aportaron.* (Observatorio Turístico de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Córdoba, 2010)⁽¹⁾

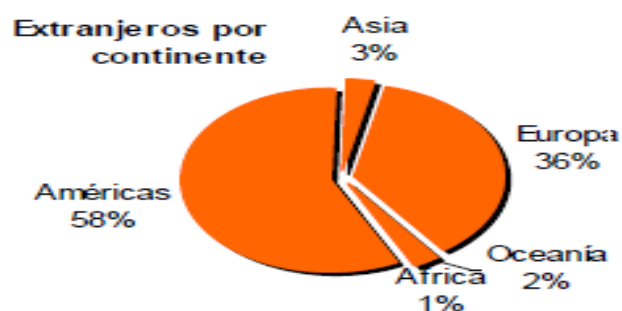
Gráfico N° 5: Procedencia de visitantes 2007 -2010



Fuente: Información obtenida del Observatorio Turístico de la ciudad de Córdoba (2011: 15)

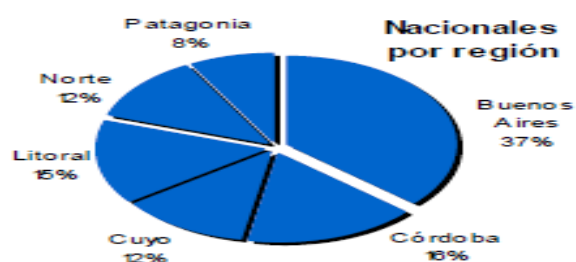
(1) Dirección de Turismo de la Ciudad de Córdoba. Observatorio turístico. Disponible en: <http://www2.cordoba.gov.ar/turismo/observatorioturistico/> Consulta abril 2013.

Gráfico N° 6: Demanda internacional turística de la Ciudad de Córdoba



Fuente: Información obtenida del Observatorio Turístico de la ciudad de Córdoba (2011: 15)

Gráfico N° 7: Demanda nacional turística de la Ciudad de Córdoba



Fuente: Información obtenida del Observatorio Turístico de la ciudad de Córdoba (2011: 15)

En relación a los motivos que llevan a visitar la ciudad son principalmente por ocio/ vacaciones y en segundo lugar por visitas/ amigos.

Además la ciudad de Córdoba es considerada un destacado centro histórico, cultural, industrial y educativo, que se ha visto favorecida por la declaración de la Manzana y Estancias Jesuíticas por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad en el año 2000.

En la actualidad se están impulsando productos turísticos con nuevas motivaciones:

- El turismo religioso, debido a la beatificación del sacerdote José Gabriel Brochero (14 de septiembre 2013 en Villa Cura Brochero, Provincia de Córdoba)
- El turismo idiomático, como sede en numerosas instituciones educativas de reconocida trayectoria.
- El turismo de congresos y convenciones.

Teniendo en cuenta todas estas características, la conjunción de sierras, ríos, su historia y cultura, han convertido a Córdoba en una “marca” que se ha consolidado en el tiempo. Debido a ello, es uno de los destinos turísticos más importantes del interior del país por su desarrollo cultural, su potencial económico, su oferta de recursos naturales y servicios turísticos.

5.1.5. Nuevas tendencias de la oferta actual

La realidad que se vivencia en las empresas hoteleras de la ciudad de Córdoba presenta las siguientes características:

- Una variada modalidad y categorías de establecimientos de acuerdo a la legislación vigente. Aparte de los hoteles tradicionales, se registran otras formas de alojamiento, tales como: hotel boutique, hostel, apart hotel que ofrecen a los visitantes un abanico de servicios y posibilidades que compiten con los destinos a nivel nacional e internacional.
- Existen hoteles de cadenas nacionales e internacionales que prestigian al destino Córdoba.
- Los recursos humanos que se desempeñan en los puestos de trabajo de los hoteles son calificados, algunos ostentan títulos afines de instituciones educativas superiores y universitarias.
- La mayoría de las empresas hoteleras son familiares y comúnmente Pymes, siendo una característica particular.
- Hay una proyección favorable a nuevas inversiones en el sector, promovidas por la dinamización, promoción y reconocimiento de Córdoba, como destino turístico destacado a nivel nacional, regional e internacional.
- Examinando la situación de la planta hotelera se visualiza un crecimiento continuo, una permanente remodelación y modernización en sus construcciones, con la incorporación de tecnología de nueva generación, motivando la capacitación continua de sus recursos humanos.

- En relación al cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad en el uso de los recursos, denotamos un compromiso por parte del sector, aplicando acciones a favor de cuidado y ahorro de insumos.

En relación al tema en estudio surgió la necesidad de relevar información que nos permitió acceder al estado actual de nuestra realidad local, como acabamos de exponer en el párrafo anterior.

A continuación presentamos los siguientes cuadros y gráficos que ilustran la evolución y demanda de los alojamientos, por plazas y tipos de establecimientos, según el Observatorio Turístico de la Ciudad.

Cuadro N°15: Evolución de los alojamientos de la ciudad de Córdoba.

Período 2006/ 2009

Año	2006	2007	2008	2009
Cantidad de establecimientos	144	152	158	163
Hotel 1 *	25	23	24	26
Hotel 2 *	21	21	22	21
Hotel 3 *	9	10	12	14
Hotel 4 *	8	8	7	7
Hotel 5 *	3	3	3	3
Apart hotel	8	7	7	8
Hospedaje	10	11	11	10
Residencial	10	12	10	8
No categorizados	17	18	20	18
Hostel	13	18	21	27
Conjunto casas y departamentos	6	3	3	3
Alojamiento para deportistas/colonias	13	17	17	17
Camping	1	1	1	1

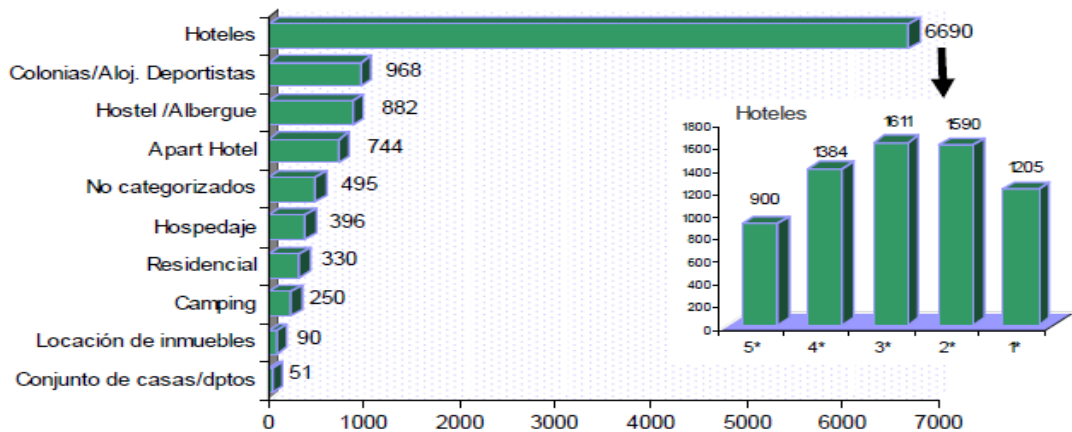
La tabla muestra la evolución de establecimientos para alojamiento en la ciudad en los últimos 4 años, en total el crecimiento fue del 14%.

Entre los Hoteles la categoría que más creció desde 2006 fueron los de 3 estrellas con un 56% de evolución.

Los establecimientos de clase "Hostel" crecieron un 107% en los últimos 4 años.

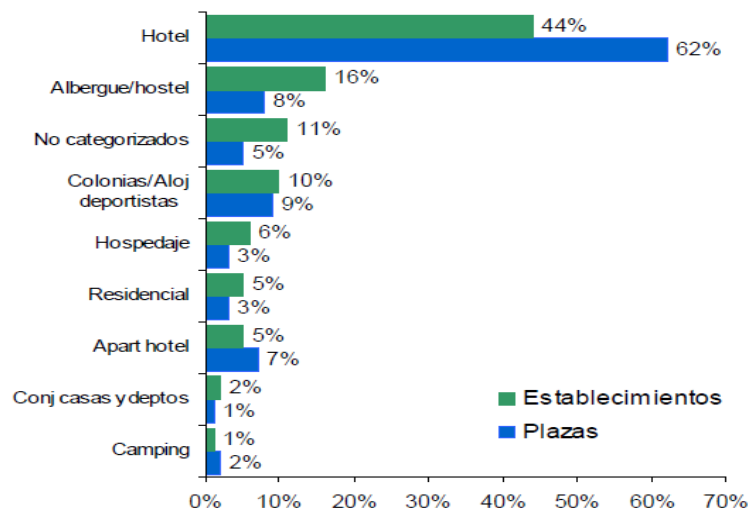
Fuente: Información obtenida de "Oferta de alojamiento de la ciudad de Córdoba 2010: Informe especial", (p. 2) del Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba.

Gráfico N° 8: Plazas por tipo de alojamiento.



Fuente: Información obtenida de “Oferta de alojamiento de la ciudad de Córdoba 2010: Informe especial”, (p. 4) del Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba.

Gráfico N°9: Plazas y establecimientos.



Fuente: Información obtenida de “Oferta de alojamiento de la ciudad de Córdoba 2010: Informe especial”, (p. 5) del Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba.

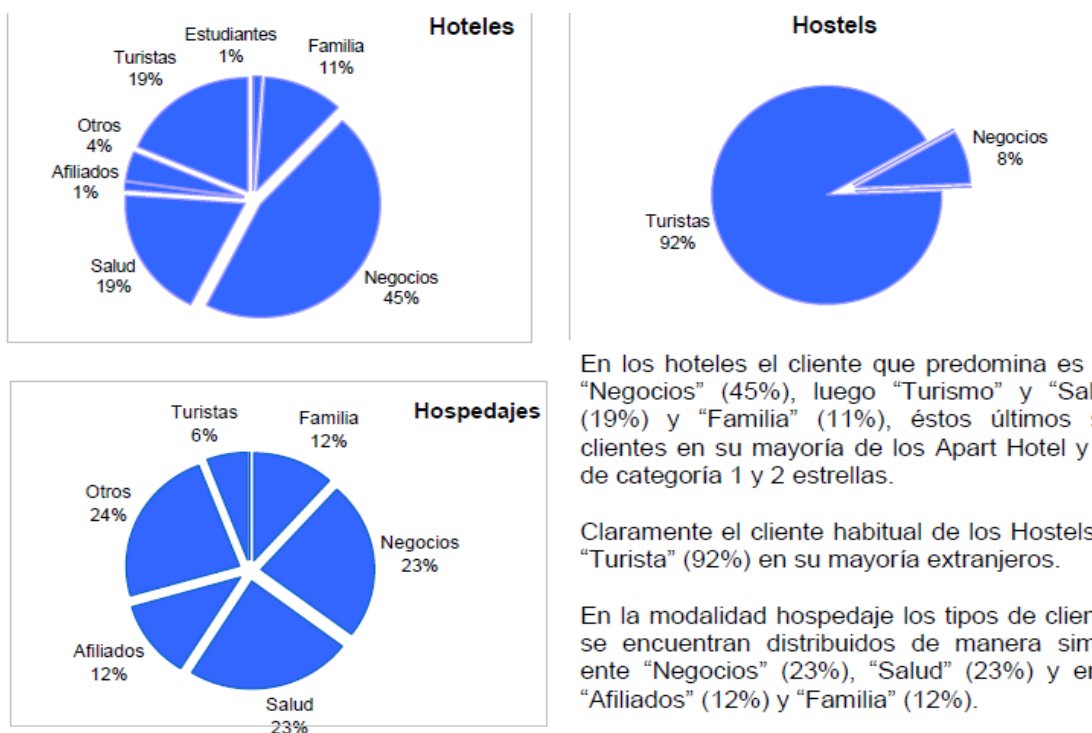
Visualizando las relaciones entre establecimiento y plazas, el hotel es el que cuenta con mayor número de establecimientos (44%) de todas las categorías y 62% del total de las plazas. Este es uno de los motivos que nos

llevo a la elección del “Hotel” como unidad de análisis más representativa del sector.

Considerando los gráficos y cuadros anteriores, se observa un incremento progresivo en la construcción de nuevos hoteles y además los “Apart hotel”. Se destaca así mismo la importancia lograda en estos últimos años por los “Hostel” tipo de establecimientos solicitados por el turismo joven, estudiantil y extranjero.

La demanda de hoteles se caracteriza por el predominio de clientes por “Negocios” (45%) en primer lugar y en segundo lugar por “Turismo” (19%) y “Salud” (19%) como vemos reflejado en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 10: Demanda de alojamientos en la ciudad de Córdoba, por clases y categorías - 2010.



En los hoteles el cliente que predomina es por “Negocios” (45%), luego “Turismo” y “Salud” (19%) y “Familia” (11%), éstos últimos son clientes en su mayoría de los Apart Hotel y los de categoría 1 y 2 estrellas.

Claramente el cliente habitual de los Hostels es “Turista” (92%) en su mayoría extranjeros.

En la modalidad hospedaje los tipos de clientes se encuentran distribuidos de manera similar entre “Negocios” (23%), “Salud” (23%) y entre “Afiliados” (12%) y “Familia” (12%).

En los Conjuntos de casas y departamentos predomina el huésped por “Negocios”, en tanto en los residenciales las “Familias”. Los clientes por “Salud” predominan en las modalidades Conjunto de casas y departamentos y de los establecimientos No categorizados.

Fuente: Información obtenida de “Oferta de alojamiento de la ciudad de Córdoba 2010: Informe especial”, (p. 10) del Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba.

La Ciudad de Córdoba cuenta con un número destacado de establecimiento los cuales permiten satisfacer y ofrecer a los visitantes un espacio acogedor, de calidad y con un estándar de servicios comparados a los ofrecidos en destinos turísticos internacionales.

A modo de conclusión general relacionada con la evolución del turismo en Córdoba podemos expresar:

- a) Se destaca el importante crecimiento que ha experimentado tanto la demanda como la oferta alojativa en los últimos años.
- b) Cerca del 70% del turismo es nacional y el 30 % internacional, sobre todo de países limítrofes.
- c) Se destaca la importancia de los hoteles sobre el resto de alojamientos turísticos, motivo por el cual se decide hacer el análisis de la Responsabilidad Social Empresarial aplicado al sector hotelero de la ciudad de Córdoba.

5.2. La legislación hotelera de Córdoba: clases y categorías

Siguiendo con el desarrollo de nuestra investigación, en Córdoba (Argentina) los hoteles están regulados por la Ley Provincial de Alojamiento N° 6483 (09/12/80) y su Decreto Reglamentario N° 1359/00 (5/9/2000)⁽¹⁾.

En el citado Decreto (Art. 5°- Apartado III- Inciso a) se concibe como Hotel al:

Establecimiento que brinda servicio de alojamiento en habitaciones individuales con baño privado, departamentos y suite, con una cantidad mínima de diez (10) Unidades de alojamiento, en el cual se preste el servicio básico de alojamiento con servicios complementarios, conforme a los requisitos que se indiquen para cada categoría.

a. Clasificación del sector hotelero de Córdoba.

El Decreto N° 1359/2000 (Art. 5° - Apartado III), establece las siguientes clases de alojamientos turísticos:

- hotel
- apart- hotel
- hostería /posada
- motel
- hostal
- residencial
- albergue
- apart –cabañas
- conjunto de casas y/o departamentos
- complejo turístico
- complejo especializado

(1) La Ley Provincial N° 6483 y su Decreto Reglamentario N° 1359/ 2000 se encuentra completa en el Anexo del presente trabajo de investigación.

b. Categorización de los alojamientos turísticos:

Según el Art 4º del Decreto N° 1359/2000, para la determinación de las categorías (calidad) de las distintas clases de alojamiento, se valoran parámetros atendiendo la diversidad y calidad de los servicios que se prestan, tanto en el establecimiento en sí mismo como en las habitaciones en particular.

Se asigna la categoría mediante:

1.- La determinación de estrellas para las clases: hotel, apart- hotel, hostería, motel, hostel, apart-cabañas, y complejos turísticos.

2.- La designación de categoría superior, primera y estándar para la clase: Complejos Especializados.

3.- La denominación de categoría A, B y C, en las clases: residencial y albergue.

4.- Sin determinación de categoría para las clases: conjunto de casas y departamentos.

Según la normativa señalada y vigente actualmente, los hoteles en Córdoba se categorizan desde 5 estrellas la categoría mayor, hasta 1 estrella la de menor categoría, determinándose en los Art. 7º al 11º del referido Decreto Reglamentario, los requisitos mínimos para cada categoría.

5.3. La Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de la ciudad de Córdoba.

Retomado el tema de la Responsabilidad Social Empresarial, en este caso referido al sector hotelero de la Ciudad de Córdoba, se observa que la Responsabilidad Social Empresarial se implementa en algunos establecimientos hoteleros, con ciertas acciones que propician la sostenibilidad en el sector, tales como el bienestar de los recursos humanos, cuidado del medio ambiente, reciclado, ahorro de energía, entre otras acciones.

Estas acciones se pueden incrementar respondiendo así a la intención expresada por la OMT en la Asamblea General XIII reunida en Santiago de Chile del 27 de septiembre al 1° octubre de 1999 donde manifiesta la *“voluntad de promover un orden turístico mundial equitativo, responsable y sostenible, en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad”*.... y en cumplimiento de los Principios del Código Ético Mundial para el Turismo, consagrado en la citada Asamblea.

Otras ideas que consideramos muy válidas en este aspecto son aquellas propuestas en el Libro Verde (2001: 9) en relación a la *“Gestión de los recursos humanos”* como por ejemplo ... *“el aprendizaje permanente, la responsabilización de los trabajadores, la mejora de la información en la empresa, un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, una mayor diversidad de recursos humanos, la igualdad de retribución y de perspectivas profesionales (...) la consideración de la capacidad de inserción profesional y la seguridad en el lugar de trabajo....”*

En último término, lo manifestado precedentemente por la OMT y el Libro Verde serían los ideales desde la óptica de la Responsabilidad Social Empresarial, para lograr su inserción en la gestión de las empresas del sector.

Dejamos expresado que en los resultados del estudio de campo que se exponen seguidamente se vislumbra el estado del arte de esta temática en los hoteles de Córdoba, que respondieron a tal fin en las encuestas.

5.3.1 Resultados de la investigación. Procesamiento y análisis de datos.

Previo al análisis de los resultados consideramos necesario manifestar algunos aspectos relativos a la aplicación de la encuesta. La misma fue realizada en forma personal en la mayoría de los casos, visitando a cada uno de los establecimientos.

El cuestionario se formalizó en su mayor parte, en el momento y en forma personal; en otros casos fue necesario dejar el formulario para ser completado por alguna persona responsable del hotel y a su pedido. En menor proporción una vez entregado personalmente el documento para ser respondido, algunos hoteles solicitaron que se les enviara el mismo vía mail.

Podemos señalar como una dificultad el hecho de la demora en la devolución del cuestionario en los casos que pidieron se les dejara o se les enviará la encuesta por mail para completar.

Una vez aplicado el cuestionario, se realizó el procesamiento de los datos en forma computarizada, mediante el programa estadístico informático "*Statistical Product and Service Solutions*" (SPSS), que nos permitió volcar los datos, cuantificar y tabular las variables en estudio, estableciendo las relaciones o cruces entre las mismas que se consideraron convenientes y útiles para el trabajo.

A su vez, toda la información obtenida se transcribió en gráficos y cuadros ilustrativos de acuerdo a la valoración lograda. Seguidamente se hace la interpretación de datos.

El cuestionario contiene 21 preguntas. Para el tratamiento de sus respuestas se optó por el siguiente criterio:

- ✓ Cada interrogante del cuestionario ha sido numerado correlativamente del 1 al 21.

- ✓ Algunas preguntas presentan varias alternativas de respuesta a fin de enriquecer el conocimiento de las diversas situaciones que se da en cada hotel.
- ✓ En la tabulación de los datos que reflejan los resultados obtenidos en cada respuesta, se sigue el mismo número de orden que corresponde a cada pregunta.
- ✓ Se agrupó el cuestionario en la siguiente forma:
 - Un grupo con las tres primeras preguntas de carácter general.
 - Un segundo grupo con las preguntas sobre Responsabilidad Social Empresarial, relacionadas con los objetivos e hipótesis del trabajo.
 - El tercer grupo focalizado en las cuatro dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial: ética-institucional, económica, sociocultural y ambiental.

5.3.2. Presentación e interpretación de los resultados.

Como manifestamos en el ítem 1.3.1. Metodología, en el desarrollo de la investigación se pasó la encuesta a todos los hoteles, si bien se logró que respondiera un 50 % de la población en general.

Los restantes hoteles no participaron, justificándose con los siguientes motivos: Falta de tiempo - Desconoce el tema - Reticencia, falta de interés - Falta de aplicabilidad por ser una empresa familiar y muy pequeña.

Seguidamente se presentan las preguntas y las respuestas a cada uno de los interrogantes planteados:

Pregunta N° 1: Categoría del establecimiento.

Cuadro N° 16: Distribución hotelera de la ciudad de Córdoba por categorías, cantidad y porcentajes de hoteles que respondieron a la encuesta.

Categorización de hoteles	Total de hoteles	N° hoteles que respondieron encuesta	Porcentajes de respuestas a encuestas (%)
1 *	21	6	29%
2 *	20	8	40 %
3 *	13	10	77%
4 *	7	5	72%
5 *	3	3	100%
Totales	64	32	50%

Fuente: Elaboración propia.

La mayor parte de los hoteles (64% del total de ellos) son de 1 y 2 estrellas.

Como observamos en el cuadro anterior, el mayor nivel de respuestas a la encuesta se encuentra en los hoteles de 3, 4, 5 estrellas, lo cual indica que los hoteles de mayor categoría y por consiguiente, de mayor tamaño, tal y como se plantea en la hipótesis N°2 de esta investigación, tienen un mayor compromiso formal con la Responsabilidad Social Empresarial.

❖ Con ello queda demostrada la Hipótesis N° 2

Pregunta N° 2: Cargo o puesto del encuestado.

Cuadro N°17: Cargo de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Propietario	5	15,6	15,6	15,6
Director o gerente	9	28,1	28,1	43,8
Empleado (administrativo/operativo)	18	56,3	56,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Analizando este cuadro y con relación al cargo que ocupan los encuestados, en los hoteles de todas las categorías se encuentra que hay una mayor participación en la encuesta del nivel “empleado” (18), seguido de “director o gerente” (9) y en tercer lugar los “propietarios” de establecimientos, con la participación de 5 de ellos.

Pregunta N° 3: Tiempo de funcionamiento del establecimiento.

Cuadro N°18: Antigüedad del establecimiento

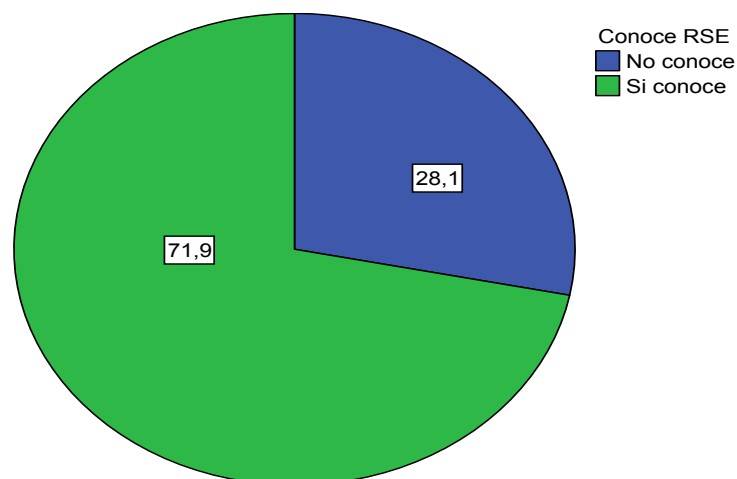
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ns/Nc.	3	9,4	9,4	9,4
	menos de 5 años	7	21,9	21,9	31,3
	entre 5 y 15 años	9	28,1	28,1	59,4
	entre 16 y 30 años	6	18,8	18,8	78,1
	más de 31 años	7	21,9	21,9	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los 32 hoteles encuestados, tienen una antigüedad entre 5 y 15 años, lo que nos demuestra que la planta hotelera de la ciudad de Córdoba es relativamente nueva, ya que el 50% de los hoteles que respondieron a la encuesta (16) tienen menos de 15 años.

Pregunta N° 4: ¿Conoce usted la existencia del concepto de Responsabilidad Social Empresarial?

Gráfico N°11: Conocimiento de la RSE en los hoteles de 1 a 5 estrellas, en porcentajes (%)



Fuente: Elaboración propia.

En relación a los valores obtenidos de la muestra comprendida por los hoteles de todas las categorías, destacamos que la mayoría conoce la existencia de la Responsabilidad Social Empresarial (71,9%) como se visualiza en el gráfico precedente.

Esto nos permite deducir que el tema de la Responsabilidad Social Empresarial ya está cobrando trascendencia en el sector, lo cual se aprecia también en el análisis bibliográfico y los casos considerados en nuestro trabajo.

A su vez, es digno de reconocer la participación de empresarios, gerentes, encargados y empleados que vieron en el tema de la encuesta algo innovador, positivo y valioso.

Si bien existe conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en todas las categorías, en mayor o menor medida, de ahora en adelante pasamos a considerar las respuestas de las categorías 3, 4 y 5 estrellas. Dejamos de lado los hoteles de 1 y 2 estrellas ya que los mismos, según el Cuadro N°16, registran una baja tasa de participación en las respuestas a la encuesta (menos del 50% en cada una de esas categorías), no siendo por lo tanto representativas y significativas con relación a la población total de hoteles.

Según esta decisión que adoptamos y si analizamos los establecimientos hoteleros de 3,4 y 5 estrellas con relación al conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, se han logrado los siguientes valores:

Cuadro N°19: Conocimiento de la RSE por categoría de hoteles

Categoría			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3 estrellas	Válidos	No conoce	4	40,0	40,0	40,0
		Si conoce	6	60,0	60,0	100,0
		Total	10	100,0	100,0	
4 estrellas	Válidos	Si conoce	5	100,0	100,0	100,0
5 estrellas	Válidos	Si conoce	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

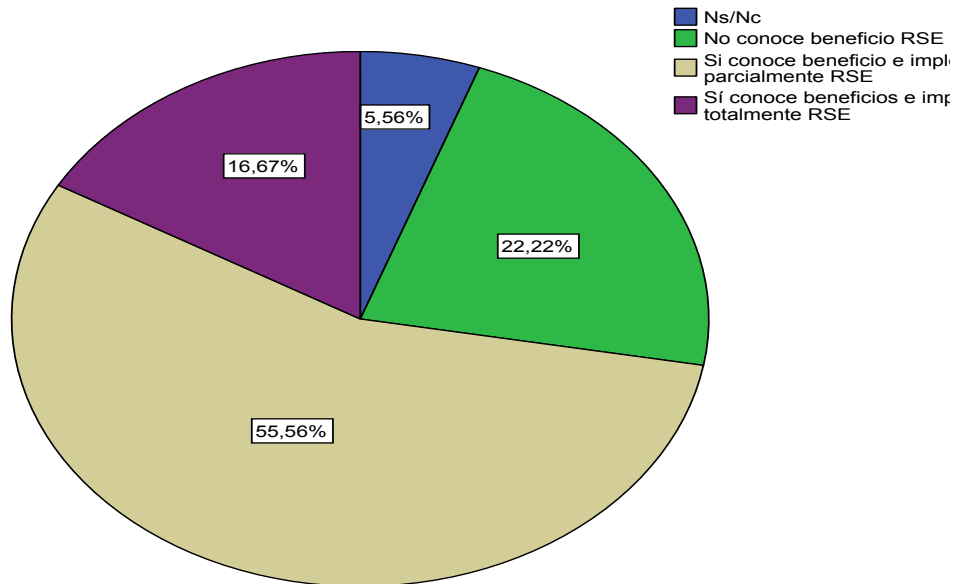
Donde se visualiza mayor conocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial de 100% es en las categorías de 5 y 4 estrellas y en los establecimientos de 3 estrellas 60%.

Esto nos permite afirmar que los hoteles de estas categorías tienen conocimiento, demuestran interés y compromiso por el tema de Responsabilidad Social Empresarial.

❖ Con ello queda demostrada la Hipótesis N° 2

Pregunta N°5: ¿Conoce cuáles son los beneficios de la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial?

Gráfico N°12: Conocimiento de los beneficios de la RSE



Fuente: Elaboración propia.

Visualizando el gráfico anterior se determina que sobre 18 hoteles, 4 no conocen los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial.

Asimismo, 10 establecimientos responden que conocen los beneficios e implementan parcialmente, siendo 3 hoteles los que implementan en forma total.

Entre los que implementan parcial y totalmente la Responsabilidad Social Empresarial que suman 13 hoteles sobre 18, representan un valor significativo equivalente al 72,3%, contra el 22,2% de establecimientos que no aplican la Responsabilidad Social Empresarial. Por lo tanto, puede afirmarse que una gran parte de los hoteles de 3 y más estrellas vienen aplicando, al menos en algunos aspectos, la Responsabilidad Social Empresarial.

Pregunta N° 6: En su establecimiento ¿se está aplicando algún tipo de práctica que permita determinar el nivel de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial?

En relación a las posibles prácticas que los establecimientos hoteleros están implementando sobre la Responsabilidad Social Empresarial, sus respuestas han sido muy diversas. Para una mayor comprensión las hemos agrupado y expuesto por acciones y prácticas:

- Acciones a favor del cuidado del medio ambiente: Ahorro de energía, agua, reciclado de aceite combustible biodiesel, cartones y plásticos, entre otras.
- Reforestación de especies autóctonas.
- Zonas libres de humo.
- Cambio de tecnología para reducir consumos.
- Donaciones y apoyo a distintos organismos y fundaciones.
- Cartelería para una concientización del uso responsable de los recursos en los establecimientos.
- Controles periódicos y reportes especiales.
- Análisis mensual de indicadores relacionados a la Responsabilidad Social Empresarial.
- Capacitación de los recursos humanos.
- Escuela de capacitación.

Como síntesis de estas prácticas efectuadas por los hoteles podemos concluir que la mayor parte de ellas están referidas a la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social Empresarial.

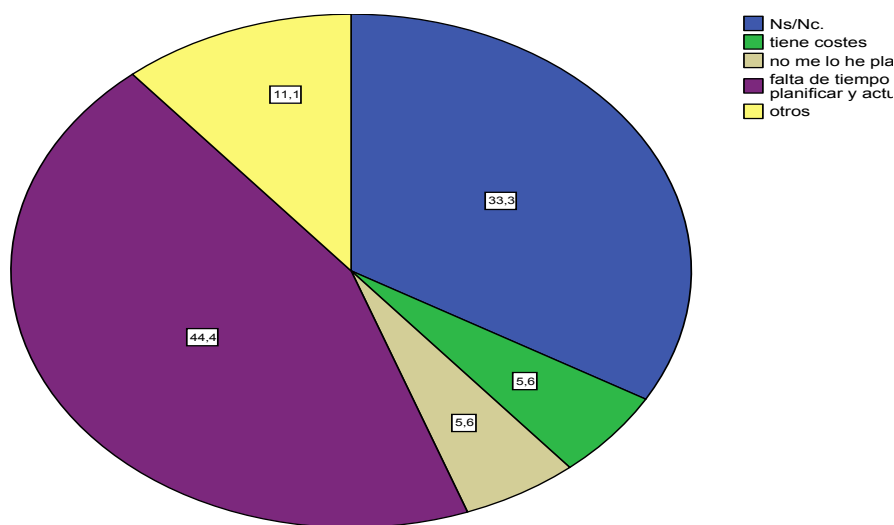
Por otra parte, esta situación se refleja a su vez en el análisis de la bibliografía, donde se ve mayor implementación de acciones a favor del medio ambiente. Por tanto, se puede decir que la Responsabilidad Social Empresarial, en la mayor parte de las empresas hoteleras de Córdoba, al

igual que ocurre a nivel internacional, en relación a los casos estudiados no se aplica en forma integral, es decir, en todas sus dimensiones, sino sólo a través de determinadas prácticas, relacionadas fundamentalmente con la dimensión ambiental.

❖ Los resultados de los interrogantes 4, 5, 6, 7 permiten comprobar la Hipótesis N°1 planteada en el ítem 1.2.2 demostrando que “la Responsabilidad Social Empresarial en la actividad hotelera está aún en los primeros estadios de su desarrollo en la ciudad de Córdoba-Argentina”.

Pregunta N°7: Si no implementa la Responsabilidad Social Empresarial en su empresa ¿cuáles son los motivos?

Gráfico N°13: Motivos por los cuales no se implementa la RSE (%)



Fuente: Elaboración propia.

De los 18 hoteles encuestados de las categorías superiores (3, 4, 5, estrellas), 8 hoteles contestaron que no implementan la Responsabilidad Social Empresarial por falta de tiempo para planificar y actuar.

Otro grupo formado por 3 hoteles mencionaron otros motivos, aunque se vislumbra que se incorporan ciertas prácticas sobre la Responsabilidad Social Empresarial, como indicamos en la pregunta anterior.

Por eso es necesario que las campañas formativas y de concientización hagan referencia a que la Responsabilidad Social Empresarial puede ahorrar recursos a las empresas y brindar beneficios, considerándola no como un costo sino más bien como una inversión.

Pregunta N° 8: ¿Considera usted que la implementación de las prácticas sobre la Responsabilidad Social Empresarial permite conocer y evaluar el compromiso de las empresas hoteleras?

Cuadro N°20: La implementación de la RSE permite conocer y evaluar el compromiso hotelero

Categoría			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3 estrellas	Válidos	Ns/Nc	3	30,0	30,0	30,0
		Sí	7	70,0	70,0	100,0
		Total	10	100,0	100,0	
4 estrellas	Válidos	No	1	20,0	20,0	20,0
		Sí	4	80,0	80,0	100,0
		Total	5	100,0	100,0	
5 estrellas	Válidos	Ns/Nc	1	33,3	33,3	33,3
		Sí	2	66,7	66,7	100,0
		Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Se evidencia en las respuestas a este ítem, que 13 establecimientos (72,2%) encuestados responden afirmativamente que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial permiten evaluar el compromiso de las empresas hoteleras.

De este modo se demuestra que hay un estrecho vínculo entre las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial y el compromiso asumido por las empresas hoteleras de mayor categoría.

❖ Así se corrobora la hipótesis N° 2.

Pregunta N° 9: Las empresas en general se clasificación según su tamaño: pequeña, mediana y grande. ¿Cómo considera usted el tamaño de su establecimiento hotelero?

Cuadro N°21: Tamaño del establecimiento hotelero

Categoría			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3 estrellas	Válidos	Pequeña	5	50,0	50,0	50,0
		Mediana	5	50,0	50,0	100,0
		Total	10	100,0	100,0	
4 estrellas	Válidos	Pequeña	1	20,0	20,0	20,0
		Mediana	3	60,0	60,0	80,0
		Grande	1	20,0	20,0	100,0
		Total	5	100,0	100,0	
5 estrellas	Válidos	Pequeña	1	33,3	33,3	33,3
		Mediana	2	66,7	66,7	100,0
		Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Los datos presentados en este cuadro nos permiten confirmar que el segmento empresarial hotelero de la ciudad de Córdoba, pertenece según su tamaño a pequeñas y medianas empresas, en su mayoría.

Hay un mayor predominio de hoteles medianos, muchos conducidos por grupos familiares, es decir que constituyen empresas que se van transmitiendo de generación en generación. Algunas empresas pertenecen a cadenas hoteleras nacionales e internacionales.

Comparando los Cuadros N° 20 y 21, podemos concluir que en nuestro caso la Responsabilidad Social Empresarial se visualiza también en las Pymes. Así se refleja el perfil de los hoteles de la ciudad de Córdoba.

Pregunta N° 10: ¿Considera usted que a mayor tamaño de las empresas hoteleras, mayores deben ser sus compromisos en relación a Responsabilidad Social Empresarial?

Cuadro N°22: Relación entre tamaño de la empresa y RSE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ns/Nc	1	5,6	5,6	5,6
	Nb	7	38,9	38,9	44,4
	Sí	10	55,6	55,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

La opinión más frecuente de los encuestados (55,6%) considera que hay una relación entre tamaño de las empresas hoteleras y su compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial.

En la encuesta se recogen algunas opiniones interesantes que justifican las respuestas afirmativas referidas a la relación tamaño de la empresa y compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial. Ellas son:

- ✓ La relación entre tamaño y compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial es directamente proporcional no sólo al impacto ambiental sino también al social.
- ✓ Siempre hay que ser responsable y comunicar las acciones desarrolladas sobre Responsabilidad Social Empresarial en el establecimiento.

- ✓ Todos tenemos el mismo compromiso.
- ✓ Mayor tamaño, mayor influencia, capacidad de gestión, mayor reconocimiento de la marca y de oportunidad.

❖ La hipótesis N° 2 (ítem 1.2.2) “a mayor dimensión de la empresa hotelera mayores son sus compromisos formales en relación a la Responsabilidad Social Empresarial” queda demostrada con las respuestas a las preguntas 1- 4- 6- 8 y 10, cuyos resultados se consignan en los Cuadros N° 16-19-20-22 y Gráfico N° 11.

Pregunta N° 11: ¿Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial debe adaptarse al territorio en el cual operan las empresas?

Cuadro N°23: La RSE debe adaptarse al territorio en el cual opera la empresa hotelera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ns/Nc	3	16,7	16,7	16,7
	no se debe adaptar.	3	16,7	16,7	33,3
	si se debe adaptar	12	66,7	66,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados (12 hoteles sobre el total de 18) responden que la Responsabilidad Social Empresarial debe adaptarse al territorio en el cual opera la empresa.

- ❖ Con ello demostramos la hipótesis N°3 planteada, que afirma: “la Responsabilidad Social Empresarial debe adaptarse al territorio en el que operan los establecimientos hoteleros”.

Pregunta N° 12: En relación a la gestión de calidad, en su establecimiento ¿se está implementando algún tipo de prácticas/certificaciones/ norma sobre la misma?

Cuadro N°24: Implementación de Gestión de Calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	N/Nc	1	5,6	5,6	5,6
	Nb	10	55,6	55,6	61,1
	Si	7	38,9	38,9	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar que del total de hoteles de 3 - 4 y 5 estrellas el 38,9% aplican sistemas de gestión de calidad. El resto de los hoteles encuestados (61,1%) implementan algún tipo de práctica o procedimiento relacionado con la gestión de la calidad, lo cual, al igual que ocurre con la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, no se hace de una forma integral en algunos hoteles.

Pregunta N° 13: ¿Qué tipo de práctica/ certificación/norma de calidad aplica? Mencionar.

Relacionando las respuestas a esta pregunta con la anterior, se determina que hay establecimientos que han logrado certificación, otros

realizan acciones incorporando prácticas que hacen a la gestión de la calidad y otros implementan normas de calidad.

Algunas de las acciones realizadas por los distintos hoteles encuestados son:

- La implementación de prácticas sobre calidad, que responden a los lineamientos seguidos por la compañía o la cadena hotelera nacional e internacional a la que pertenecen.
- Hay hoteles que han implementado Normas de Calidad tales como las Normas ISO 9001- 2008, ISO 9002 y Norma IRAM SECTUR 30400 para el sector turístico.
- Otros implementan manuales de procedimientos y capacitación constante.

Pregunta N° 14: ¿Considera usted que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial aplicadas en las empresas de su sector, contribuyen a mejorar los niveles de sostenibilidad y competitividad de dichas empresas?

Cuadro N°25: La RSE mejora la sostenibilidad y competitividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ns/Nc	4	22,2	22,2	22,2
	No	2	11,1	11,1	33,3
	Sí	12	66,7	66,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Como se demuestra en el cuadro precedente, una considerable cantidad de encuestados (66,7%) responde que la Responsabilidad Social Empresarial contribuye a mejorar la sostenibilidad y competitividad de las empresas hoteleras.

Se suma a esta afirmación las justificaciones expuestas por los encuestados sobre el tema, manifestando que:

- La implementación de prácticas conlleva a repensar procesos efectivos y sustentables.
- Proporciona beneficios a la sostenibilidad económica, social y ambiental.
- Propicia los ecosistemas.
- Brinda herramientas para competir y mejorar la imagen.
- Permite convivir de manera sustentable y solidaria con el entorno donde se habita.
- Favorece programas de sustentabilidad.
- Con un comportamiento sostenible, se ofrece una ciudad más limpia, competitiva y de mejor ambiente.

Visualizando el cuadro y las opiniones anteriores, se confirma que existe una notable relación entre sostenibilidad, Responsabilidad Social Empresarial y hotelería, en el sentido de que optimizando las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial se contribuye a la sostenibilidad, mejorando la prestación de los servicios, la calidad y la imagen de las empresas y por lo tanto la competitividad de los hoteles.

Por tal motivo, en los programas de concientización y formación se deberá hacer hincapié sobre la necesidad de aplicar la Responsabilidad Social Empresarial de una forma integral, en todas sus dimensiones. No sólo en la medio ambiental, también en la social, económica e institucional.

Pregunta N° 15: En relación a los valores, principios y la ética empresarial:

a.- La empresa da a conocer sus valores y/o principios de comportamiento ético a su público interno y externo.

Cuadro N°26: La empresa da a conocer los valores, principios y ética empresarial

Categoría			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3 estrellas	Válidos	Ns/Nc	2	20,0	20,0	20,0
		Nb	1	10,0	10,0	30,0
		Sí	7	70,0	70,0	100,0
		Total	10	100,0	100,0	
4 estrellas	Válidos	Sí	5	100,0	100,0	100,0
5 estrellas	Válidos	Sí	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

En un número significativo de encuestas se aprecia que se dan a conocer y aplican los valores éticos, al público interno y externo.

De las dos opciones restantes (b y c) de esta pregunta, donde se consulta si la empresa emite alguna declaración formal o informal respecto a sus valores y principios éticos, el resultado expresado en la opción b) señala:

Que los instrumentos utilizados por las empresas para dar a conocer sus valores y principios éticos, son en su mayoría declaraciones formales, algunas documentadas y otras en forma implícita.

Pregunta N° 16: En relación al público interno, la dirección y la transparencia de la empresa:

a. ¿Alienta a la gestión participativa de los empleados?

Cuadro N°27: La participación de los empleados

Categoría			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3 estrellas	Válidos	Sí alienta.	10	100,0	100,0	100,0
4 estrellas	Válidos	Nb alienta	2	40,0	40,0	40,0
		Sí alienta.	3	60,0	60,0	100,0
		Total	5	100,0	100,0	
5 estrellas	Válidos	Sí alienta.	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

En el cuadro precedente se observa que un alto porcentaje de hoteles propician la gestión participativa de los empleados (88,9%).

b. ¿Se considera la opinión de los empleados en la toma de decisiones?

Cuadro N°28: Se considera la opinión de los empleados en la toma de decisiones

Categoría			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3 estrellas	Válidos	No	1	10,0	10,0	10,0
		Se considera en algunos temas.	6	60,0	60,0	70,0
		Se considera en todos los temas.	3	30,0	30,0	100,0
		Total	10	100,0	100,0	
4 estrellas	Válidos	No	1	20,0	20,0	20,0
		Se considera en algunos temas.	3	60,0	60,0	80,0
		Se considera en todos los temas.	1	20,0	20,0	100,0
		Total	5	100,0	100,0	
5 estrellas	Válidos	Se considera en algunos temas.	1	33,3	33,3	33,3
		Se considera en todos los temas.	2	66,7	66,7	100,0
		Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En el presente ítem, se propusieron alternativas a la consideración de la opinión de los empleados en la toma de decisiones. La respuesta más seleccionada fue aquella que “considera la opinión de los empleados en algunos temas” y en un segundo lugar la alternativa “se considera en todos los temas”.

A su vez, si unimos las dos alternativas, 16 hoteles sobre los 18, confirman que se considera la opinión de los empleados, valor muy destacable a considerar ya que permite compartir decisiones y responsabilidades e identificarse con la empresa.

c. ¿Se instruye a los empleados respecto a la ética y transparencia de la empresa?

Las respuestas obtenidas en este interrogante nos revelan que las empresas tienen incorporados y transmiten a sus empleados lineamientos o principios relativos a la ética y transparencia. El porcentaje logrado (77,8%) se considera muy importante y representativo.

Pregunta N° 17: La empresa realiza algún procedimiento formal sobre donaciones benéficas y patrocinios:

En los resultados se percibe que la mayoría de los encuestados manifiestan que en su empresa no se cuenta con procedimientos formales sobre donaciones y patrocinios. No obstante mencionan que se efectúan donaciones a instituciones de bien público.

Pregunta N° 18: En cuanto a la gestión laboral, la empresa procura:

- a. La capacitación y formación de sus directores y empleados

Cuadro N°29: Propicia la capacitación y formación de sus directivos y empleados

Categoría			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3 estrellas	Válidos	Nb	2	20,0	20,0	20,0
		Sí	8	80,0	80,0	100,0
		Total	10	100,0	100,0	
4 estrellas	Válidos	Sí	5	100,0	100,0	100,0
5 estrellas	Válidos	Sí	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que los hoteles de categoría mayor propician la capacitación de sus empleados y directivos en un 100%, decreciendo en la categoría menor considerada.

- b. El bienestar de sus empleados, directivos y su núcleo familiar:

Cuadro N° 30: Se contempla el bienestar de sus empleados, directivos y su núcleo familiar e incentivos por parte de la empresa

Categoría			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3 estrellas	Válidos	Ns/Nc	1	10,0	10,0	10,0
		Nb	1	10,0	10,0	20,0
		Sí	8	80,0	80,0	100,0
		Total	10	100,0	100,0	
4 estrellas	Válidos	Nb	1	20,0	20,0	20,0
		Sí	4	80,0	80,0	100,0
		Total	5	100,0	100,0	
5 estrellas	Válidos	Sí	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

La empresa valora y reconoce el bienestar de sus empleados y directivos, como se observa en los resultados obtenidos.

Teniendo en cuenta la alternativa c) de este interrogante, se observa que los beneficios que se otorgan a favor de los empleados y su familia son las siguientes:

- descuentos en hoteles de la empresa.
- compras comunitarias.
- premios por producción y por objetivos.
- fiestas familiares.
- Otros.

Pregunta N° 19: En relación al cuidado del medio ambiente: la empresa implementa acciones para preservar el medio ambiente y promueve el ahorro del agua, energía, combustible, reciclado insumos y productos, entre otras acciones?

En este ítem se han unificado respuestas afines aunando criterios:

- Propicia acciones a favor del cuidado del medio ambiente: ahorro de energía (utilización de lámparas led, bajo consumo, ect.), agua, reciclados de aceite, cartones y plásticos, entre otras.
- Reforestación de especies autóctonas.
- Zonas libres de humo.
- Cambio de tecnología para reducir consumos.
- Utilización de temporizadores.
- Cartelería para una concientización del uso responsable de los recursos en los establecimientos.

Por tanto, podría decirse que una gran parte de las empresas hoteleras realizan actuaciones en la dimensión medio ambiental de la Responsabilidad Social Empresarial, si bien estas actuaciones van dirigidas, fundamentalmente, a propiciar acciones cuyo objetivo es reducir el consumo de recursos, tales como agua, energía, etc., así como el fomento del reciclaje. En este sentido, estamos ante la dimensión que más importancia tiene a la hora de evaluar las Responsabilidad Social Empresarial del sector hotelero cordobés.

Pregunta N° 20: En relación a las conductas con el cliente y los proveedores:

- a. ¿Posee algún tipo de canal de comunicación con sus clientes, donde considere sugerencias y quejas?

Cuadro N°31: Canales de comunicación con sus clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ns/Nc	1	5,6	5,6	5,6
	Posee canales de comunicación informales.	4	22,2	22,2	27,8
	Posee canales de comunicación formales y no documentados.	2	11,1	11,1	38,9
	Posee canales de comunicación formales y documentados"	11	61,1	61,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

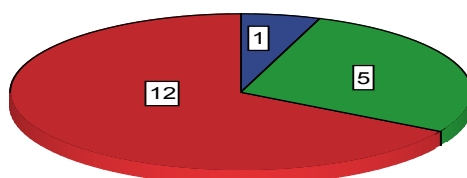
Fuente: Elaboración propia.

El gráfico anterior nos permite apreciar que el mayor número de empresas poseen canales de comunicación formal y documentados.

- b. ¿Comunica a sus proveedores los requerimientos específicos sobre el uso responsable y sostenible en su actividad?

Gráfico N°14: Comunica a proveedores requerimientos sobre uso responsable y sostenible en su actividad

■ Ns/Nc
■ No com
■ Sí comL



Fuente: Elaboración propia.

En relación al interrogante planteado, son 12 hoteles (66,7%) de los 18 encuestados, los que comunican los requerimientos específicos sobre el uso responsable y sostenible de recursos a sus proveedores.

Pregunta N° 21: La empresa y su relación con la comunidad y el estado:

a. ¿Participa la empresa en acciones en pos de la comunidad?

Cuadro N° 32: Participa la empresa en actividades a favor de la comunidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Ns/Nc	2	11,1	11,1	11,1
No participa	5	27,8	27,8	38,9
Sí participa	11	61,1	61,1	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que las empresas hoteleras encuestadas participan en actividades hacia la comunidad en un porcentaje que se considera notable (61,1%) lo cual manifiesta que dichas empresas se interesan por su proyección social.

b. ¿Incentiva la asociación con otros entes sociales?

Cuadro N°33: Incentiva la asociación con otros entes sociales

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
3 estrellas	Válidos	Ns/Nc	2	20,0	20,0
		No	4	40,0	60,0
		Sí	4	40,0	100,0
		Total	10	100,0	100,0
4 estrellas	Válidos	Sí	5	100,0	100,0
5 estrellas	Válidos	Sí	3	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que en las categorías 5 y 4 estrellas incentivan el 100% la asociación con otros entes sociales, en los hoteles de 3 estrellas lo hacen en menor grado.

Esto ratifica también los resultados observados en el Cuadro N° 32 donde vemos la inserción de estas empresas en el medio.

c. ¿Fomenta acciones en pos de políticas públicas?

Cuadro N°34: Fomenta acciones en pos de políticas públicas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ns/Nc	3	16,7	16,7	16,7
	Nb	10	55,6	55,6	72,2
	Sí	5	27,8	27,8	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Viendo el cuadro anterior las respuestas reflejan que en su mayoría las empresas no participan en acciones de políticas públicas siendo por lo tanto escasa su intervención.

A modo de cierre de este capítulo presentamos las siguientes conclusiones:

- a) Observamos un destacado crecimiento del sector turístico y hotelero de Córdoba.
- b) Destacamos asimismo la importancia de la planta hotelera sobre el resto de alojamientos turísticos, motivo por el cual se analiza el grado de aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en los hoteles, tema que es el objeto y justificación de nuestro trabajo.
- c) Se logró que el 50 % de los hoteles respondan al cuestionario, existiendo una participación más elevada por parte de los hoteles de mayor categoría. Se ha observado cómo los hoteles de categoría superior, sobre todo los de 3, 4 y 5 estrellas, implementan en mayor medida las actuaciones de Responsabilidad Social Empresarial, en sus diferentes dimensiones. Ello se debe a su mayor disponibilidad de tiempo y de recursos.
- d) Los datos obtenidos con las encuestas nos permite confirmar que el segmento empresarial hotelero de la ciudad de Córdoba, pertenece según su tamaño a pequeñas y medianas empresas. Apoyamos estas ideas con las expuestas en El Libro Verde (2001) sobre la importancia de la implementación de la RSE en las Pymes, manifestando...*“el fomento de la responsabilidad social ha correspondido fundamentalmente a algunas grandes empresas o sociedades multinacionales, ésta es importante en todos los tipos de empresa y todos los sectores de actividad, desde las PyME a las empresas multinacionales. El aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo”...*

e) Se observa que la Responsabilidad Social Empresarial no se está implementando en forma integral.

Las prácticas que se realizan están fundamentalmente relacionadas con la dimensión ambiental. Esto lleva a que los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial no sean aprovechados en su totalidad. Por tal motivo se hace necesario impulsar la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en todas sus dimensiones, para lograr una mayor competitividad y sostenibilidad en el destino.

f) En relación a la dimensión social e institucional de la Responsabilidad Social Empresarial cabe destacar algunos aspectos en particular:

1) Subrayamos un notable nivel de predisposición de las empresas hoteleras hacia su público interno y externo. Se suma el reconocimiento de los empleados en la toma de decisiones, valor muy destacable a considerar ya que permite compartir decisiones y responsabilidades e identificarse con la empresa.

2) Las empresas realizan donaciones, aunque algunas no tienen implementados procesos formales.

3) Los hoteles incentivan sus alianzas con otros agentes sociales en forma normal.

4) La participación en el fomento de políticas públicas es escasa.

5) Es importante seguir profundizando en la dimensión social de la Responsabilidad Social Empresarial como mecanismo para que las empresas hoteleras contribuyan al progreso social de la ciudad de Córdoba y al desarrollo del sector turístico - hotelero.

g) Se hace necesario implementar un programa de concientización, información y formación sobre Responsabilidad Social Empresarial, en los hoteles de todas las categorías con el objeto de que tomen

conciencia de la aplicación de esta herramienta en todas sus dimensiones, así como de los beneficios que su implementación puede producir para el desarrollo de las propias empresas, como de la ciudad de Córdoba donde se localizan.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.

6.1. Conclusiones Generales

Como se ha señalado en el desarrollo de la presente investigación, el Turismo se constituye en la actualidad en el sector dinamizador de la economía en general, siendo un importante factor de desarrollo local y a nivel mundial.

Diversas investigaciones coinciden en señalar que cada vez es más creciente la importancia de la “Sostenibilidad y la Responsabilidad Social Empresarial” en la gestión de la actividad turística en general y en el sector hotelero en particular, como instrumentos que coadyuvan a la jerarquización, sostenibilidad y competitividad de los destinos turísticos, respondiendo a nuestros objetivos.

En ese sentido, se ha podido visualizar la relevancia de contar actualmente con un instrumento, la Responsabilidad Social Empresarial, que facilite a las empresas alcanzar los niveles de exigencia que requiere la demanda actual, trayendo aparejado una sincronización en la organización de los servicios y en la estructura del sistema turístico.

La aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial debe efectuarse sobre la base de la medición del nivel de implicación en los servicios del sector hotelero, que permita identificar las fortalezas y debilidades y sirva de base para la planificación de las acciones a desarrollar en la implementación de dicho sistema.

En el presente trabajo hemos considerado relevante determinar el grado de conocimiento y nivel de aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial de la planta hotelera de la ciudad de Córdoba con objeto de proponer programas de concientización y formación continua.

Entre las limitaciones que ha tenido la investigación podemos destacar las siguientes:

La primera dificultad encontrada es que se trata de una temática relativamente nueva y por lo tanto, falta aún un desarrollo integral en su campo teórico, como se refleja en la literatura consultada sobre el tema.

A esto se le suma, la limitada bibliografía y trabajos empíricos sobre Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero, dada la novedad en esta temática.

Otra de las dificultades ha sido el trabajo de campo en sí, debido a las limitaciones por falta de recursos económicos y tiempo disponible.

En cuanto a los resultados y conclusiones, hacemos notar que el porcentaje de respuestas de los hoteles de categorías inferiores, es poco significativo, lo cual ha imposibilitado realizar una encuesta más profunda y que aportara mayor información.

Finalmente destacamos que el análisis empírico se ha realizado en un contexto territorial y con una realidad socioeconómica muy particular y diferente a otros países, entre ellos España.

Como conclusión general podemos expresar que se lograron alcanzar los objetivos planteados para el trabajo y comprobar las hipótesis que nos propusimos investigar.

A continuación se presentan las conclusiones logradas en el análisis bibliográfico y en el trabajo de campo del sector hotelero de la ciudad de Córdoba

✓ Conclusiones sobre el análisis bibliográfico de la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial:

- a. Existe una interrelación e interacción entre la sostenibilidad y la RSE, ya que gracias a la sostenibilidad se esbozan los lineamientos de actuación de la Responsabilidad Social Empresarial.

A su vez, la Responsabilidad Social Empresarial se transforma en un instrumento de gestión que favorece la sostenibilidad y competitividad.

De allí la importancia que ha adquirido este tema, la Responsabilidad Social Empresarial y se refleja en la preocupación constante a nivel mundial, por parte de la sociedad, plasmada en las iniciativas y acciones de organismos nacionales e internacionales en pos de la Responsabilidad Social Empresarial y que acabamos de exponer.

- b. No existe un concepto unívoco y tampoco una fórmula única de Responsabilidad Social Empresarial hasta la actualidad, reconociendo que su implementación es una acción voluntaria por parte de las empresas, organizaciones e instituciones.

- c. En relación al estado del arte de la Responsabilidad Social Empresarial se ha detectado que existe conocimiento, estrategias, instrumentos y acciones concretadas en cuanto a su aplicación. No obstante, falta mucho camino por recorrer, en cuanto a su implementación integral.

En este sentido, podemos decir que la Responsabilidad Social Empresarial es aplicada fundamentalmente, por las grandes cadenas hoteleras, siendo el aspecto ambiental la dimensión más desarrollada de la misma.

Actualmente se considera que la Responsabilidad Social Empresarial se encuentra en un estadio inicial, vislumbrando un horizonte promisorio y optimista en la incorporación de este instrumento para favorecer el desarrollo sostenible.

- ✓ Conclusiones sobre la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de la ciudad de Córdoba:
 - a. Con este trabajo de campo, se ha comprobado que estamos en los comienzos de la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial, según la literatura consultada y también en ciudad de Córdoba según la encuesta.
 - b. Su aplicación no es aún integral, se realizan determinadas actuaciones y prácticas. En relación a las cuatro dimensiones analizadas (institucional, económica, sociocultural, ambiental) La dimensión más considerada es la ambiental. Esto se debe a la importancia que tiene este tema en la actualidad y en el sector turístico principalmente, por su estrecha relación con el territorio donde actúa, permitiendo a aquellos destinos que propician un turismo responsable, destacarse y poder competir con este nuevo valor agregado que es la Responsabilidad Social Empresarial.
 - c. En relación al conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial se detectó un importante porcentaje positivo de respuesta de los establecimientos hoteleros de todas las categorías participante.
 - d. En cuanto a la implementación los porcentajes de respuestas fueron más bajos en los hoteles de categoría inferior.
Entre las razones por las que no se aplica la Responsabilidad Social Empresarial se destacan: la falta de tiempo, de recursos

(económicos y humanos), reticencia al tema, entre otras, sobre todo si tenemos en cuenta el significativo porcentaje de alojamientos hoteleros a los cuales hay que concientizarlos que la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial es más una inversión que un costo.

- e. Se demuestra que existe un mayor conocimiento y implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las categorías de 5 y 4 estrellas (ver cuadros N° 19 y 20) y en un menor grado en los establecimientos de 3 estrellas, no siendo representativo en las otras categorías, debido a la baja participación en la encuesta.

Esto nos permite afirmar que el sector hotelero participante tiene conocimiento y demuestra interés por el tema de la Responsabilidad Social Empresarial.

No obstante, falta aún mayor aceptación e implementación en el sector en general.

- f. Es meritoria la colaboración de propietarios, directivos o gerentes y empleados del sector hotelero, que a través de la participación en la encuesta, vieron en el tema algo innovador, positivo y valioso.

- g. Se destaca que el segmento empresarial hotelero de la Ciudad de Córdoba, pertenece según su tamaño a pequeñas y medianas empresas. Hay un mayor predominio de pequeños hoteles, muchos conducidos por grupos familiares, es decir que constituyen empresas que se van transmitiendo de generación en generación y algunas empresas medianas que pertenecen a cadenas hoteleras nacionales e internacionales.

- h. La opinión mayoritaria de los encuestados considera que hay una relación entre tamaño de las empresas hoteleras y el

compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial.

Consideramos que paulatinamente puede ir cambiando esta concepción de cara al futuro, por cuanto la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes posibilita un mejor manejo de los recursos en su entorno y mayor respuesta e inserción en el ámbito donde actúa.

- i. La mayoría de los encuestados de hoteles de categoría superior (12 hoteles de los 18 encuestados) responden que la Responsabilidad Social Empresarial debe adaptarse al territorio en el cual opera la empresa.

Sin embargo sugerimos que se establezcan lineamientos básicos elementales o comunes para la hotelería de todas las categorías.

- j. Se muestra los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial desde sus distintas dimensiones:

- Desde lo institucional, cultivando los aspectos éticos, los valores de la empresa, propiciando un reconocimiento y participación de sus empleados en diversas acciones.
- El aspecto sociocultural, favoreciendo la capacitación, el cuidado y la seguridad laboral, el bienestar de su personal.
- Desde la dimensión económica, los encuestados exponen que la Responsabilidad Social Empresarial es un elemento diferenciador que permite la competitividad.
- Dentro de la dimensión ambiental, se destaca una amplia predisposición para contribuir al cuidado del medio ambiente a través del ahorro de energía, agua, reciclado

de aceite, cambio de tecnología para reducir consumos, zonas libres de humo, entre otras acciones manifestadas por los encuestados.

En virtud de lo expuesto, consideramos que si bien la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero en estudio arrojó que se encuentra en sus primeros pasos, dicha situación puede revertirse, debido al interés despertado y los beneficios que trae aparejados.

Por otra parte, estas conclusiones están directamente relacionadas con las referidas al análisis bibliográfico.

Anhelamos y auguramos un futuro más próspero, ya que con la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial progresivamente, se permitirá cambiar el escenario del sector en el destino, jerarquizarlo y poder competir mejor en el ámbito nacional e internacional.

6.2. Propuestas y Recomendaciones

En consonancia con las conclusiones expresadas precedentemente, consideramos conveniente proponer las siguientes iniciativas:

- a. Elaborar un programa de concienciación, información y formación de la Responsabilidad Social Empresarial adaptado al territorio y a las categorías, en forma integral de modo que contemple todas sus dimensiones, que tenga como destinatarios al sector hotelero y a la demanda.
- b. Lograr el compromiso de la iniciativa privada y la pública para elaborar, ejecutar y evaluar los resultados de los programas y acciones a favor de la Responsabilidad Social Empresarial.
- c. Procurar la inclusión de la Responsabilidad Social Empresarial en las políticas turísticas a nivel municipal, provincial y nacional, creando un área de planificación y gestión de la Responsabilidad Social Empresarial en dichos ámbitos, que interactúe con el sector privado del turismo y la hotelería.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Abello, A.; Sendra Vellvé, J. (2007): *RSC y Empresa Turística. Evaluación de Parámetros de Responsabilidad Social Corporativa: Desarrollo de aplicación piloto en la Costa Dorada*. Comisión de Medio Ambiente de Cambra de Tarragona. España.
- Abreu, J. (2009): *Situación actual de la RSE en el sector turístico Mexicano*. Daena: International Journal of Good Conscience. 4(2): 160-173.
- Acerenza, M. (1997): *Administración del Turismo, conceptualización y organización*. Editorial Trillas. Cuarta impresión. Vol. 1. México.
- Acerenza, M. (2011): *Sostenibilidad de turismo III: Confusión sobre la definición del desarrollo sostenible del turismo*. El Portal de La América. Disponible en:
<http://www.portaldeamerica.com/index.php/columnistas/miguel-angel-acerenza/item/5205-sostenibilidad-del-turismo-iii-confusi%C3%B3n-sobre-la-definici%C3%B3n-del-desarrollo-sostenible-del-turismo> Consultado 25 de marzo 2013.
- Agencia Córdoba Turismo (2006): *El Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Córdoba*. Córdoba, Argentina.
- Alayza, V. (2010): *La responsabilidad social empresarial: conciencia, solidaridad y eficiencia*. (Spanish). Derecho PUCP [serial online]. (June 2010, (64:345-368). Available from: Fuente Académica, Ipswich, MA. Accessed October 1, 2012.
- Ámbito Financiero (2012): *Bolivia: Responsabilidad Social*. Diario Ámbito Financiero- Pymes. Consultado 27-4-2012
- Ander – Egg, E. (1978²): *Introducción a las Técnicas de Investigación Social*. Buenos Aires. Humanitas.
- Ardichvilli, A.; Mitchell, J.A.; Jondle, D. (2009): *Characteristics of Ethical Business Cultures*. Journal of Business Ethics, nº 85, pp. 445-451.
- Asencio Coto, M. (2007:.) *El modelo de Desarrollo Sostenible*. III Master Universitario en Gestión de empresas: PYMES y economía social.
- Barber Kuri, M. (2005) *¿Sostenibilidad o Sustentabilidad?* CCNN expansión. Opinión, Columna invitada. 24 de mayo 2009. México. Disponible en:

<http://www.cnnexpansion.com/actualidad/2009/05/22/sostenibilidad-o-sustentabilidad>

- Barroso González, M.O. y Flores Ruiz, D. (2006): “*La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico*”, Cuadernos de Turismo, nº 17, p.p. 7-24.
- Barroso González, M.O. (2000): *Planificación estratégica e instrumentos de desarrollo local. Aplicación al ámbito onubense*. Diputación de Huelva, Huelva
- Barroso, H (2000): *Las técnicas de recopilación de datos*. En Pérez Lalanne (2000) *Investigación Social*. Buenos Aires. Universidad Nacional de Lomas de Zamora.
- Blanco Prieto, A. (2008): *Atención al Cliente*. 4º edición. Colección Empresa y Gestión. Ediciones Pirámide. Madrid. Páginas 193- 203.
- Blasco, J. (2010): *La sostenibilidad entra en el diccionario*. Archivo, Tribuna: Carreras & capital humano Diario El País. España. 29 de agosto 2010. Disponible en:
http://elpais.com/diario/2010/08/29/negocio/1283089649_850215.html
- Becattini, G. y Rullani, E. (1996): “Sistemas productivos locales y mercado local”, *Información Comercial Española*, nº 754, p.p. 11-24.
- Becattini, G. et al. (2002): *Desarrollo local: teorías y estrategias*, Civitas, Madrid.
- Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.M. (2002): “El proceso de formación de la imagen de los destinos turísticos: una revisión teórica”, *Estudios Turísticos*, nº 164, p.p.5-32.
- Bigné Alcaniz, J.E. (1997): “*El consumidor verde: bases de un modelo de comportamiento*”, *Esic-Market*, nº 96, p.p. 29-43.
- Bigné Alcañiz, J.E. et al. (2000): *Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*. ESIC, Madrid.
- Boletín Economistas -ECIF nº 12 (2010): *ECIF, Economistas, Expertos en Contabilidad e Información Financiera*. Editorial de ECIF-CGCEE.
- Boletín IARSE: Evolución. Desarrollo y Transformación de las ideas. Año 1- Número 10 – Diciembre 2012. Publicación mensual del IARSE.

- Bok Derek (2009): *Más allá de la Torre de Marfil, La Responsabilidad Social de la Universidad moderna*. 1° edición. Universidad Palermo. Buenos Aires. Argentina.
- Bonomo, M. (2010): *RSE aplicada a hoteles tres estrellas de la ciudad de La Plata*. Escritos en la Facultad N°64. Trabajos Finales de Grado aprobados [Resúmenes] Julio - Octubre 2010- Año VI, Vol. 64, Diciembre 2010, Buenos Aires, Argentina, 56 páginas.
- Boullon, R. (2006): "Espacio Turístico y Desarrollo Sustentable": Aportes y Transferencias, Buenos Aires (2006), Vol 10, n° 2, pp. 17-24.
- Bueno Campos, E. (2002): *La empresa en una sociedad global del conocimiento: Retos y oportunidades*. Boletín AECA, Especial X Encuentro AECA, pp. 26-28.
- Brum M. Responsabilidad social empresarial en América Latina: Problemas, actitudes y actores relevantes. (Spanish). *Administración y Organizaciones* [serial online]. June 2010; 12(24):39-55. Available from: Fuente Académica, Ipswich, MA. Accessed September 26, 2012.
- Camisón Zornosa, C. (1996a): "Dinámica de la competitividad de la PYME española en la década 1984-94. Análisis del -efecto país-, -efecto industria- y - efecto empresa-", *Economía Industrial*, n° 310, p.p. 121-140.
- Camisón Zornosa, C. (1996b): "La calidad como factor de competitividad en turismo: análisis del caso español", *ICE*, n° 749, p.p. 99-122.
- Camisón Zornosa, C. (1996c): "La empresa turística. Un análisis estratégico", en Pedreño Muñoz, A. (dir): *Introducción a la economía del turismo en España*. Madrid, Civitas. Camisón Zornosa, C. (1997): *La competitividad de la PYME industrial española: estrategia y competencias distintivas*, Civitas, Madrid.
- Camisón Zornosa, C. (1997): *La competitividad de la PYME industrial española: estrategia y competencias distintivas*, Civitas, Madrid.
- Camisón Zornosa, C. (1998): *Dirección estratégica de empresas y destinos turísticos balance del estado de la cuestión y propuesta de un marco integrador orientado a la competitividad*, VIII Congreso Nacional de

- ACEDE, Empresa y Economía Industrial, Las Palmas de Gran Canaria.
- Campuzano, L. (2010): *La responsabilidad social empresarial: ¿verdadero compromiso o simple moda?* (Spanish). *Derecho PUCP* [serial online]. June 2010; (64):121-129. Available from: Fuente Académica, Ipswich, MA. Accessed October 1, 2012.
- Carroll, A.B. (1999): Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct'. *Business and Society*. Vol. 38, nº 3, pp. 268-295
- Carta de Aalborg (1994): *Carta de las Ciudades Europeas hacia Sostenibilidad. Conferencia Europea sobre Ciudades Sostenibles*. Aalborg, Dinamarca.
- Carta de Lanzarote (1995): Los 18 puntos extractados y declaraciones. Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. Lanzarote, Islas Canarias.
- Carta de Lisboa (1996): *El Plan de Acción de Lisboa: de la Carta a la Acción*. Segunda Conferencia Europea de Pueblos y Ciudades Sostenibles en Lisboa, Portugal.
- Casaldáliga, N.; Horno, S. (2012): *¿Es el sector hotelero socialmente responsable?* Cátedra Nebrija-Santander de Responsabilidad Social Corporativa. Post publicado el 25 de junio 2012. Disponible en: http://www.hosteltur.com/192100_es-sector-hotelero-socialmente-responsable.html Consultado 2013.
- Código de Ética Ambiental (1989): Comité de la WFOE (World Foundation Organization Environmental) en Ingeniería y Medio Ambiente. Disponible en: <http://educacionambiental7.bligoo.com.mx/codigos-eticos-ambientales>
- Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (1972) Convenio sobre el Patrimonio Mundial, Cultural y Natural. París, Francia.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001): *Desarrollo sostenible en Europa para un mundo mejor: Estrategia de la Unión Europea para un desarrollo sostenible. Propuesta de la Comisión ante el Consejo Europeo de Gotemburgo*. Bruselas, 15.5.2001 COM (2001) 264 final

- Comisión Europeas (2001): *Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, Bruselas. Disponible en: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf Consultado 2010.
- Comisión Europea (2003): *Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones, orientaciones básicas para la sostenibilidad del turismo en Europa*, COM (2003)716 final.
- Comisión Europea (2010): *Europea 2020*. Bruselas. Conclusiones (25 y 26 de marzo de 2010).EUCO 7/10 (pág. 1-12)
- Comisión Europea (2011): *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones*.Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas. Bruselas.
- Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo (1987): *Nuestro Futuro Común*, Alianza, Madrid.
- ComunicaRSE. (2013): *Anunciaron los ganadores de la 6ª Edición del Concurso de Proyectos de Agua Comunicación de Responsabilidad & Sustentabilidad Empresaria*. Disponible en: <http://comunicarseweb.com.ar> Consultado 17/01/2013
- Consejo Internacional para las Iniciativas Ambientales Locales (ICLEI) Disponible en: www.iclei.org/index.php
- Consejería de Turismo y Deporte (2000): *Plan Senda. Desarrollo de un sistema turístico sostenible y competitivo integrado en el espacio rural andaluz*, Dirección General de Planificación Turística, Sevilla.
- Correa Jaramillo, J. (2007): *Evolución Histórica de los Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social*. Semestre Económico, volumen 10, No. 20. Medellín, Colombia.
- Cumbre de Río + 20 (2012): Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible. Río de Janeiro – Brasil. Disponible en: www.un.org/es/sustainablefuture/sustainability.shtm Consultado 2013
- Cuesta López, A.E. et al. (2004): *Turismo rural. Manual del gestor de alojamientos rurales*, Almuzara, Madrid.

- Curbelo, J. L.; Domínguez, I. (2007): *El Arte de emprender. Manual para la formación de emprendedores*. Cátedra de Nebrija – BBVA en Formación de Emprendedores. Universidad Antonio Nebrija. España.
- Daft, R. (2004): Administración. Thomson. Sexta edición. México. Páginas 136- 164
- Daries, J. (2004): *Competitividad y turismo rural*, VI Congreso de Turismo Rural, 5 de noviembre de 2004, Cornellá.
- Definiciones.de (2008 - 2013): Diccionario online. Disponible en: <http://definicion.de/filantropia/> Consultado septiembre 2012
- Dejo, F. (2005): *Las Empresas ante su Desafío Histórico: De la acumulación egoísta a la responsabilidad social*. Universidad ESAN. Cuad. Difus. 10 (18-19). Perú.
- De la Cuesta González, M. (2004): *El Porqué de la Responsabilidad Social Corporativa*. Boletín económico de ICE, Información Comercial Española, N° 2813, 2004, págs. 45-58.
- De Souza Silva, J.; Cheaz, J.; Peláez y Calderón Romero, J. (2001): “La cuestión Institucional: de la Vulnerabilidad a la Sostenibilidad Institucional en el Contexto del Cambio de Época”. *Serie Innovación para la Sostenibilidad Institucional*. San José, Costa Rica: Proyecto ISNAR “Nuevo Paradigma”.
- Dirección General de Turismo (1998): *Planes de Excelencia y Dinamización Turística*, Ministerio de Economía y Hacienda, Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y PYMES, Madrid.
- Dirección de Turismo de la Municipalidad de Córdoba. Observatorio Turístico. “Oferta de alojamiento de la ciudad de Córdoba 2010: Informe especial”. Córdoba, Argentina. Disponible en: turismo.cordoba.gov.ar Consultado 2013.
- Do Céu Almeida, M. (2005): *La Empresa Socialmente Responsable: Estudio Empírico En El Sector Hotelero*. Portal de la Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión. Volumen III N° 5. Enero – junio 2005.
- Do Céu Almeida, Barcos Redín. Martín Castilla (2006): *Gestión de la calidad de los procesos*. Gestión turística. Ed. Síntesis. Madrid. España. Pag. 41.
- Dossi, G. (1991): “Una reconsideración de las condiciones y los modelos del desarrollo. Una perspectiva evolucionista: de la innovación, el

- comercio y el crecimiento”, *Pensamiento Iberoamericano, Revista de Economía Política*, nº 20, p.p. 167-191.
- Dunn, P.; Shone, A. (2009): *Cultural Crossvergence and Social Desirability Bies: Ethical Evaluations by Chinese and Canadian Business Students. Journal of Business Ethics*, nº 85, pp. 527-543.
- El Economista.es (marzo 2012): RSC los mercados necesitan información fiable sobre los aspectos no financieros de las compañías. Empresas y Finanzas. Revista on line. España.
- Echebarría, M.; Aguado Moralejo, I (2001): *La Agenda Local 21 como instrumento de sostenibilidad: la experiencia española*. EVETU (Escuela Vasca de Estudios Territoriales y Urbanos) y de la Universidad del País Vasco.
- Elkington, J. (1994): *Towards the Sustainable Corporation: win-win-win busines strategies for sustainable development*. California Management Review, v. 36, n. 2.
- Ernest Cañada & Jordi Gascón (2003): *Turismo para el Desarrollo: Guía para un Turismo Responsable*. Programa de Cooperación Internacional. Obra Social Fundación “la Caixa”.
- Espasa-Calpe (2005): Diccionario online. Disponible en: <http://www.wordreference.com/definicion/filantrop%C3%ADa> . Consultado en septiembre 2012.
- Fábrega, F. (2007²): *¿Respalda el marco legal argentino a los hoteles que respetan las normas de Responsabilidad Social Empresaria?* Tesis EMBA, Universidad Torcuato Di Tella. Buenos Aires.
- Feijóo, J. L.; Bollini, L. M.; Fernández Belda, J.; Irigaray, K. (2008): *La Gestión Aplicada a Hotelería y Turismo. Con Herramientas de Estrategia, Marketing, RRHH y Negociación*. Buenos Aires. Ugerman Editor.
- Fernández Fernández, J. L. (2003): *La Responsabilidad Social Corporativa: claves para su interpretación*. Ética Económica y Empresarial de la Universidad Pontificia Comillas (ICAI-ICADE) de Madrid. Anales de Mecánica y Electricidad, julio- agosto 2003. (Pág. 1-7).

- Fernández Gago, R.; Martínez Campillo, A. (2008): *Naturaleza Estratégica de la Responsabilidad Social Empresarial*. GCG: Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad, Vol. 2, Nº. 2, 2008 . Universidad de León. GCG GEORGETOWN UNIVERSITY - UNIVERSIA.
- Freeman, E. & Reed, D. (1983): "Stockholders and Stakeholders: A new perspective on Corporate Governance. En: California Management Review, Volumen 25, Número 3, páginas: 88 a 106.
- Freeman, E. (1984): *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman: Boston, MA. Tomado de Toro 2006.
- Flores Ruiz, D., Pulido Fernández, J.I. y Barroso González, M.O. (2009): "Reflexión teórica sobre turismo y cambio climático: estrategias de mitigación", *XI Reunión de Economía Mundial*, los días 20 al 22 de marzo de 2009, Universidad de Huelva.
- Flores Ruíz, D. (2009): *Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos: un análisis comparativo de los parques naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche y Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas*. Universidad de Huelva. Departamento de Economía General y Estadística. España.
- Flores, J.; Ogliastrri, E.; Peinado-Vara, E; Petry, I (2007): *El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID) www.iadb.org/csramericas . INCAE Business School. www.incae.edu. Costa Rica y Nicaragua.
- Gallardo Vázquez, D.; Castillo Polo, F. (2005): *La actuación empresarial responsable y una nueva propuesta para su divulgación por las empresas*. Revista de Contabilidad, nº 8 (16), julio-diciembre, pp. 41-65.
- Gallardo Vázquez, D; Jorge Oliveira, F; Seabra, F (2010): *Responsabilidad Social y Aspectos Éticos en las Organizaciones. Un Análisis de Actitudes de los Futuros Gestores Empresariales*. Universidad de Extremadura (España). Universidade de Évora (Portugal). Escola Superior de Ciências Empresariais. Instituto Politécnico de Setúbal (Portugal).

- García Lombardía, P; de la Torre García, C.; Fuertes Zurita, A. (2007): *El desafío empresarial de la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa: un enfoque sectorial. Avanzando hacia una empresa socialmente responsable*. Vol. I. IESE - Universidad de Navarra CR WORKS Responsabilidad Corporativa. España.
- García López, M. J. (2005): *RSC círculo virtuoso rentabilidad-medioambiente*. Tesis doctoral de la Universidad Politécnica de Madrid. España.
- García Marzá, D. (2011): *Ética empresarial: del diálogo a la confianza. Colección Estructuras y Procesos. Ciencias Sociales. 2º edición*. Trotta Editorial.
- García Vílchez, E. (2006): *La responsabilidad social y su importancia en la gestión empresarial*. *Qualitas hodie: Excelencia, desarrollo sostenible e innovación*, N°. 118, 2006 , págs. 67-70. Dialnet.
- Gascón, J. & Cañada, E. (2003): *Turismo para el desarrollo: guía para un turismo responsable*. Programa de cooperación internacional. Obra social fundación “La Caixa”.
- Gestión (2007): *Una revolución Sustentable*. HSM Argentina S.A. Revista: Vol. 12, N° 3. Mayo – junio. Buenos Aires. Disponible en: www.gestión.com.ar
- Guías Prácticas No. 14 • Junio 2004. Centro Internacional de Formación de la OIT Página 68 <http://europa.eu.int/scadplus/leg/es/cig/g4000p.htm> (Glosario de la Unión Europea).
- GLOBE (1990): '90 Conference, Tourism Stream, Action Strategy for Sustainable Tourism Development, Vancouver BC, Canada.
- Gómez Cabrera, J. (1999): *Marco y Alternativas de Sostenibilidad: Foro de Programas Nacionales de Apoyo a la Microempresa en América Central – FOMICRO*. Proyecto Centroamericano de Apoyo a Programas de Microempresa PROMICO (RLA /99/ MO/.NET). San José.
- González Alcántara, O.; Fontaneda González, I.; Mariscal Saldaña, M.; Miralles Insa, C. (2007): *El Libro Blanco de la RSE en España: la*

- gestión de empresas desde la Responsabilidad Social*. International Conference on Industrial Engineering & Industrial Management. Dpto. de Ingeniería Civil / Área de Organización de Empresas. Escuela Politécnica Superior. Universidad de Burgos. Dpto. de Organización de Empresas. Universidad Politécnica de València. Valencia. España.
- Gressa Perera, A.; Ruíz Jiménez, A.; Jiménez Jiménez, M. (2008): *La Responsabilidad Social Corporativa como Modelo de Gestión Hotelera. Implantación y Desarrollo en la Red de Paradores*. Universidad de Huelva y Sevilla. Dialnet. 2732443. pdf.
- Gutiérrez Barba, B.; Thierry Conraud (2011): Estrategia de Consenso para la puesta en marcha del Plan de Acción para el Desarrollo Sustentable en el Ciemadipn- México. XI Congreso Nacional de Investigación Educativa / Educación Ambiental para la Sustentabilidad. Ponencia. México.
- Guzmán Cuevas, J.; Liñán Alcalde, F. (2005): *Evolución de la Educación Empresarial en Estados Unidos y Europa: su papel como instrumento de desarrollo*. Universidad de Sevilla. Sevilla.
- Hernández Sampieri, R; Fernández Collado, C; Baptista, P (1997): *Metodología de la Investigación*. Colombia: McGrawHill.
- Hernández Sampieri, R; Fernández Collado, C; Baptista, P (1998): *Metodología de la Investigación*. México: McGrawHill.
- HOTELGA, Feria Internacional de Equipamiento, Productos y Servicios para la Gastronomía y la Hotelería. Disponible en: <http://www.hotelga.com.ar/concurso-nacional-al-mejor-proyecto-de-hoteleria-sustentable-hoteles-mas-verdes/> Publicado el 25 de octubre de 2012. Consultado diciembre 2012.
- Informe Brundtland (1987): *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo Sostenible: Nuestro Futuro Común*.
- Instituto Ethos (2003): Business Social Responsibility Indicators, Instituto Ethos. Indicadores Ethos de RSE. San Pablo. Brasil. Disponible en: www.ethos.org.br. Consultado 2011.

- Instituto Ethos (2008): Memoria de Sostenibilidad Instituto Ethos y UniEthos.
 Disponible en:
http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-40eEthos%20Espanhol%2025_09.pdf }71 Consultado 2012.
- Instituto Argentino de Normalización y Certificación (2007): *Norma IRAM –SECTUR 42200. Hotelería, Modelo de gestión de calidad, ambiental y seguridad. Requisitos generales de gestión. Buenos Aires, Argentina.*
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (2002-2003): *Algunas Definiciones de la Responsabilidad Social Empresarial.* Córdoba- Argentina. Disponible en: www.iarse.org/new_site/downloads/59069_Algunas%20Definiciones%20de%20RSE.pdf
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria, IARSE (2005): *Indicadores de RSE para Pymes.* IARSE. Córdoba Argentina.
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria, IARSE (2008): *RSE e Inclusión Económica y Social. Cómo las empresas pueden crear alternativas de inclusión económica y social para los emprendimientos productivos de base social.* Guía de Primeros Pasos. Versión 2.0. IARSE. Córdoba Argentina.
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria, IARSE (2008): *Indicadores de RSE + Paso a Paso para Pymes.* IARSE. Córdoba Argentina.
- Ivars Baidal, J.A. (2001): *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuesta para la creación de un sistema de indicadores,* Instituto Universitario de Geografía, Universidad de Alicante, Alicante.
- Ivars Baidal, J.A. (2004): “*Planteamientos metodológicos para el uso de indicadores en la gestión turística de espacios naturales*”, en IX Congreso de Turismo AECIT “El uso turístico de los espacios naturales”, Logroño 11 y 12 de noviembre. Disponible en: www.aecit.org.
- Jiménez Herrero, L.M.; Higón Tamarit, F.J. (2003): *Ecología y economía para un desarrollo sostenible.* Dianet.
- Kramer, M.; Porter, M. (2006): Harvard Business Review. Vol. 84, Nº. 12, 2006 , págs. 42-56. Fuente Dialnet.

- Larrán, M. (2009): *Cómo Se Nos Ve (a la Extensión Universitaria) Desde La R.S.U. IV Seminario del Observatorio Cultural Proyecto Atalaya El Papel de la Extensión Universitaria en la nueva R.S.U. (Responsabilidad Social Universitaria)*. Universidad de Cádiz. Aulario La Bomba. Cádiz.
- Leff, E. (2010): *Globalización, Ambiente y Sustentabilidad*. "Saber Ambiental", Siglo XXI Editores, 1998, 6a edición, Capítulo 1.
- Le Mouel, J. (1992): *Crítica de la Eficacia, Ética, verdad y utopía de un mito contemporáneo*. Paidós, México.
- Ley 6483 de Alojamientos Turísticos (1980): *Normas Regulatorias de Actividades Turísticas Bajo Jurisdicción de la Agencia Córdoba Turismo*. Capítulo II. Córdoba- Argentina.
- Liarte Vejrup, N. (2009): *Diálogos en torno a la construcción de una ciudadanía responsable, experiencias de empresas argentinas*. Universidad Católica de Córdoba. ICDA. Editorial de la Universidad Católica de Córdoba. Argentina.
- Liñán Alcalde, F.; Santos Cumplido, F. (2006): *La Influencia del capital social sobre los empresarios potenciales*. Departamento Economía Aplicada I, Universidad Sevilla. Estudios de Economía Aplicada. Vol. 24-2, Pag. 459-489.
- López Olivares, D. (1999): *La sistematización de la actividad turística como base de desarrollo de los espacios turísticos*, en Blanquer, D. (dir.): *Turismo. Organización administrativa, calidad de servicios y competitividad empresarial*. I Congreso de Turismo. Universidad y Empresa, Tirant lo Blanch, Valencia, p.p. 187-202.
- Lorenzo Díaz, M. M. (2002): *Marketing Ecológico y Sistemas de Gestión Ambiental: conceptos y estrategias empresariales*. Departamento de Organización de Empresas y Marketing. Facultad de Ciencias Empresariales de Ourense. Universidad de Vigo. España.
- Luna, E.; Ceccone, E.; Di Stefano, R.; Sábato, H.; Romero, L.; Moreno, J. L. (2002): *De la Cofradía a las organizaciones de la Sociedad Civil*:

- historia de la iniciativa asociativa en Argentina 1776- 1990*. Buenos Aires, GADIS. Septiembre 2002.
- Machuca Castro, Glenda Vargas (2011): *Responsabilidad social empresarial en hotelería* Escritos en la Facultad N°71. Proyectos de Graduación Edición XV: 19 de septiembre de 2011- Año VII, Vol. 71, Septiembre 2011, Buenos Aires, Argentina. 140 páginas.
- Marín, M. S. (2004): "No existe RSE sin comunicación". Directora de SOMMA Consultora. Fuente: Newsletter IARSE.
- Martínez Fernández, M^a C. (2004): "La capacidad innovadora de las redes de desarrollo regional: el valor añadido de la colaboración, la competitividad y la difusión del conocimiento", *Información Comercial Española*, n° 812, p.p. 55-69.
- Mato, M.; Santamaría, J de Souza Silva y J. Cheaz (2001): "La dimensión de gestión en la construcción de la sostenibilidad institucional". *Serie Innovación para la Sostenibilidad Institucional*. San José, Costa Rica: Proyecto ISNAR "Nuevo Paradigma".
- MC Intyre, G. (1993) *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planers*, World Tourism Organization.
- Mediano Serrano, L. y Zorrilla Calvo, P. (2003): "El desarrollo sostenible del turismo rural: una cuestión de responsabilidad compartida", en Blanquer, D.: *La calidad integral el turismo*, V Congreso de Turismo, Universidad y Empresa, Tirant lo Blanch, Valencia.
- Medina Muñoz, D.R. (1998): "*Una visión integral de la empresa basada en los recursos, el conocimiento y el aprendizaje*". Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, n° 4, vol 2, p.p. 77-90.
- Medina Muñoz, R.D. y Medina Muñoz, D.R. (2003): "Indicadores del desarrollo sostenible del turismo: una aplicación al caso de Canarias como destino turístico", en Blanquer, D.: *La calidad integral el turismo*, V Congreso de Turismo. Universidad y Empresa, Tirant lo Blanch, Valencia.

- Medina Muñoz, D.R. y García Falcón, J.M. (2005): "Dirección estratégica de la empresa turística", *Papeles de Economía Española*, nº 102, p.p. 162-175.
- Memoria AECA (2010): *Actividades, Gobiernos y Responsabilidad Social Corporativa. Informe Anual Integrado*. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. Madrid. Disponible en: www.aeca.es
- Méndez R. (2008): *Formulación y Evaluación de Proyectos: Enfoque para emprendedores*. ICONTEC Internacional. Quebecor World. Bogotá, Colombia.
- Mercado (2005): El Retorno del Comunismo. Alta Gerencia: Balanced Scorecard: Caso Amanco Rentabilidad y responsabilidad social. Pág. 56. Revista. Buenos Aires.
- Mercado (2006): Chile el falso milagro. Dossier RSE 2006: El Nuevo Contrato Social. Pág. 117 - 1682. Revista. Buenos Aires.
- Mesa Redonda de Oslo (1995): *Producción y consumo sostenible*, Oslo.
- Ministerio de Turismo de la Nación; Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires (CENARSECS) (2008²): *Guía de Primeros Pasos en RSE para Pymes en el Sector Turismo*. Buenos Aires.
- Ministerio de Turismo de la Nación (2010): *Oferta de Alojamiento en Argentina*. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016. Subsecretaría de Desarrollo Turístico. Dirección de Estudios de Mercado y Estadística. Buenos Aires. Disponible en: http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2011/01/informe-oferta-alojamiento-2009.pdf
- Millán Vázquez de la Torre, G; Melián Navarro, A. Turismo Enológico y Desarrollo Rural: una aplicación empírica. (Spanish). *Revista LIDER* [serial online]. December 2010; 17:159-175. Available from: Fuente Académica, Ipswich, MA. Accessed September 26, 2012.

- Moctezuma López, G.; Espinosa Sánchez, G.; Espinoza Arellano, J.; Espinosa García, J. (2007): *La Sostenibilidad Institucional en las Organizaciones de Desarrollo Rural: El Caso de la Unión de Crédito Mixta Plan Puebla* Revista Mexicana de Agronegocios, vol. XI, núm. 21, julio-diciembre, 2007, pp. 436-445, Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria A.C. México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14102109>. Consultado 2013.
- Monfort Mir, V.M. (2004): "El valor de los intangibles en la empresa turística española", *Papeles de Economía Española*, nº 102, p.p. 176-192.
- Montuschi, L. (2011): *Consideraciones respecto de la Ética en los Negocios, la Responsabilidad Social Empresarial y la Filantropía Estratégica*. Universidad de Cema. Buenos Aires, Argentina.
- Munch Galindo, García Martínez (1985): *Fundamentos de Administración*. Tercera edición. Editorial Trillas S.A. México.
- Murillo, D.; Lozano, J. M. (2009): *Guías sectoriales de RSE para la pequeña y mediana empresa. El sector de la hostelería*. Instituto de Innovación Social de ESADE. Universidad Ramon Llull. Barcelona.
- Muro, A. (2003): *La Responsabilidad Social Corporativa en la Argentina*. Instituto de Estudios para Sustentabilidad Corporativa. Buenos Aires, Argentina.
- Naciones Unidas (1999): *Pacto Mundial*. Sección de Servicios de Internet. Departamento de Información Pública de las Naciones Unidas, 2012 Disponible en: <http://www.un.org/es/globalcompact/context.shtml> Consultado marzo 2013.
- Naciones Unidas (2009): *El Pacto Mundial y la creación de mercados sostenibles*. Foro Económico Mundial. Davos (Suiza) 29 de enero de 2009.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2001) Declaración tripartita de la OIT. Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra, Suiza.
- Oficina Internacional del Trabajo (OIT), Centro Internacional de Formación (2004): Noticias. "Delnet, Turismo y Desarrollo Local". Revista

- electrónica del Programa Delnet de apoyo al Desarrollo Local. Número 34. Guía práctica N° 14: Glosario. España.
- Oficina Internacional del Trabajo (2006): *Iniciativa InFocus sobre responsabilidad social de la empresa*. Consejo de Administración, Ginebra, 295.a reunión. Subcomisión de Empresas Multinacionales MNE GB.295/MNE/2/1.
- Organización Mundial del Turismo (1998): *Introducción al Turismo*. 1° edición. Madrid. España.
- Organización Mundial del Turismo (1999): *Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal*. Edición para América Latina y el Caribe. Pág 17-270. Madrid, España.
- Organización Mundial del Turismo (1999): *Código Ético Mundial para el Turismo*. Resolución adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, Diciembre de 2001. Disponible en: <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism>. Consultado 2011.
- Organización Mundial del Turismo (2005): *Indicadores de Desarrollo Sostenible para Destinos Turísticos- Guía Práctica*. Madrid, España.
- Organización Mundial del Turismo (2007): *De Davos a Bali: la contribución del turismo al reto del cambio climático*. Davos, Suiza. Disponible en: www.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ccbrochdavbalmembbgsp.pdf
<http://sdt.unwto.org/es/content/definicion> Consultado 2013.
- Organización Mundial del Turismo (2008): *Climate Change and Tourism. Responding to Global Challenges*, OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo (2011): *Políticas y Prácticas para el Turismo Mundial*. Madrid.
- Organización Mundial de Turismo (2011): *Grandes empresas se comprometen a respetar el Código Ético Mundial para el Turismo*. PR No. 11074. Madrid. Comunicado de prensa de 19 Septiembre 2011.
- Organización Mundial del Turismo. Disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>. 20/1/
Consultada en enero 2013.

- Organización Mundial del Turismo (2012): *La OMT lanza una Asociación Mundial para la Hostelería*. PR No.: PR12058. Madrid. 15 Oct 12. Comunicado de prensa. Disponible en:
<http://media.unwto.org/es/press-release/2012-10-19/la-omt-lanza-una-asociacion-mundial-para-la-hosteleria> Consultado el 1 de marzo de 2013.
- Organización Mundial del Turismo (2012): Mensaje del Secretario General de la ONU, Ban Ki-Moon. Disponible en:
<http://wtd.unwto.org/es/content/mensaje-del-secretario-general-de-la-onu-ban-ki-moon> Consultada el 1 de mayo de 2013.
- Organización Mundial del Turismo. Disponible en:
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico.20/1/>
Consultada en enero 2013.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2001): *Líneas Directrices de la OCDE para empresas multinacionales, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico*.
- Ortigueira Bouzada, M. (1987): *Administraciones públicas. Teoría básica de las auditorías de gestión*. Publicaciones del CUR, Granada.
- Playán I, Pérez P, Salgado C, Martínez A. Responsabilidad social empresarial en América latina: Un panorama general. (Spanish). *Administracion Y Organizaciones* [serial online]. June 2010; 12(24):57-73. Available from: Fuente Académica, Ipswich, MA. Accessed October 1, 2012.
- Parlamento Europeo: La Propuesta de Resolución del Parlamento Europeo, sobre la responsabilidad social de las empresas: una nueva asociación (2006/2133(INI), se adjunta completa en el Anexo del presente trabajo. Texto presentado- A6-0471/2006.
- Perdiguero, T.; García Reche, A.; Encabo Balbín, A. (2005): *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la Gestión Empresarial*. Universidad de Valencia. Madrid. (Pag. 21).
- Perles Ribes, J.F. (2004): *Turismo, ventaja competitiva y desarrollo local*, Tesis Doctoral, Universidad de Alicante, Alicante.

- Pinillos, A. A. (2009): *RSC 2.0: una herramienta de competitividad para el futuro*. Telos: Cuadernos de comunicación e innovación, N°. 79, 2009 , págs. 100-111. Dianet.
- Pizam, A. (1994): *Planing a Tourism investigation. Travel, Tourism, and Hospitality Research. A Handbook for Managers and Researchers; Ritchie, JR Brent y Gouldner, Charles (eds.); John Wiley& Sons, Nueva York; pp. 91 -104.*
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y Organización Mundial de Turismo (2006): *Por un Turismo más Sostenible, Guía para Responsables Políticos*. Madrid, España.
- Porter, M; Kramer, M. (2006): *Estrategia y Sociedad: el vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa*. Harvard Business Review, Vol. 84, N°. 12, 2006 , págs. 42-56. Dialnet.
- Porto Serantes, Nélica: *Tendencias en la Información no Financiera para la Gestión de la Empresa Socialmente Responsable*. Portal de la Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión. Volumen III N° 5. Enero – junio 2005.
- Pulido Fernández, J.I. (2000): *Ordenación, planificación y gestión del desarrollo turístico en los espacios naturales protegidos*, Escuela Universitaria de Turismo, Universidad de Alcalá, Documento de Trabajo Serie A N° 200002.
- Real Academia Española (2009): *Diccionario de lengua española*. 22° Edición. Disponible en:<http://lema.rae.es/drae/?val=corporacion> Consultado 2012.
- Regalado Pezúa O; Arias Valencia J. *Desarrollo Sostenible en Turismo: Una propuesta para Machu Picchu*. (Spanish). *Cuadernos De Difusión* [serial online]. June 2006;11(20):63-73. Available from: Fuente Académica, Ipswich, MA. Accessed September 26, 2012.
- Reyno Momberg, M. (2006): *La Responsabilidad Social Empresarial como Ventaja Competitiva*. Tesis MBA Magíster en Gestión Empresarial. Departamento de Industrias. Universidad Técnica Federico Santa María. Pág. 16.

- Roca, A. (2006): Boletín N 93: Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial. Córdoba - Argentina. (24/10/2006)
- Sabodal Aguilar, J. (2008): *Aproximación y cuestionamientos al concepto Responsabilidad Social Empresarial*. Universidad Militar Nueva Granada. Facultad de Ciencias Económicas. Colombia. Vol. XVI (1), Pág. 179-195.
- Schluter, R. G. (2000): *Investigación en Turismo y Hotelería*. Centro Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires.
- Schvarstein, L. (2003): *La Inteligencia Social de las Organizaciones. Desarrollando las competencias necesarias para el ejercicio efectivo de la responsabilidad social*. 1º ed. Buenos Aires. Paidós.
- Salas-Zapata W, Ríos-Osorio L, Álvarez-Del Castillo J. Bases conceptuales para una clasificación de los sistemas socioecológicos de la investigación en sostenibilidad. (Spanish). *Revista Lasallista De Investigación* [serial online]. July 2011;8(2):136-142. Available from: Fuente Académica, Ipswich, MA. Accessed October 1, 2012.
- Sánchez Báscones, M^a.I.; García Vilchez, E.; Pardo Almudí, R. (2010): *Análisis de herramientas de sostenibilidad y RSC para su aplicación a la industria de procesos*. Revista de Estudios Empresariales. Segunda época. Número: 2. Páginas: 81 – 98.
- Sánchez, Samuel Egidio (1995): *Las Profesiones Turísticas y el Empleo en la Ciudad de Córdoba – República Argentina*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Tesis de Maestría.
- Sancho Pérez, A. et al (2005): *Auditoría de sostenibilidad en los destinos turísticos*, Repro Expres, Valencia.
- Sancho Pérez, A. (dir.) (1998): “Competitividad en el turismo”, en *Introducción al turismo*, Organización Mundial del Turismo. Madrid.
- Sancho Royo et al (2003): *Turismo rural y medioambiente: propuesta para una metodología de análisis*. Consejería de Medioambiente, Sevilla.
- Secretaria de Turismo de la Nación (2005): Plan Estratégico Federal Sustentable 2016. Argentina.

- Solarte Rodríguez, R. (?): *La Responsabilidad Social de las Organizaciones: situaciones y perspectivas*. Paper Rethos-1. Facultad de Teología, Pontificia Universidad Javariana. Director del grupo Rethos. Colombia.
- Solidaridad Internacional-Andalucía (2008): Guía sobre RSC en Pymes. Responsabiliza-T.Andalucia. Disponible en: www.solidaridadandalucia.org/responsabilizat.html Consultado 2012.
- Toro, D (2006): El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión literatura académica. En: Intangible Capital, Volumén 2, Número 14, páginas: 338 a 358.
- Torres Bernier, E. (2004): “Rutas y redes temáticas en turismo rural”, en Pardellas, X.: *Potencial turístico de territorios periféricos*, Universidad de Vigo, Vigo, p.p. 125- 140.
- Toyos, M.; Massafra, M (2009): *Cómo escribir una tesis en turismo, esquema metodológico*. Ediciones Turísticas de Mario Banchik. Buenos Aires. Argentina.
- Traversa Cortés, J. (1996): “Comunicación interpretativa: variable clave en el marketing mix de las empresas de turismo rural”, *Estudios Turísticos*, nº 130, p.p. 37-50.
- Trullén Tomás, J. (1992): “Eficacia productiva y cooperación entre empresas locales”, *Economía Industrial*, nº 286, p.p. 37-41.
- Túñez Lopez M, Valarezo González K. RSC: Reputación, Sostenibilidad, Compromiso. (Spanish). *Chasqui (13901079)* [serial online]. March 2012; (117):61-66. Available from: Fuente Académica, Ipswich, MA. Accessed October 1, 2012.
- Turismo de la Provincia de Sevilla; Universidad de Sevilla (2004): *Manual de Gestión Local del Turismo. Directrices para agentes públicos de la provincia de Sevilla*. 1º edición. Sevilla - España. Turismo de la Provincia de Sevilla.
- Turismo 530, Diario digital: “*Meyer con Asociaciones y Cámaras del sector para hablar de responsabilidad empresarial*”. 31-10-2008. http://www.turismo530.com/noticia_ampliada.php?id=12275 Consultado diciembre 2012.

- Ulla L.: “La RSE debería ahora acompañarse con un consumo responsable”.
En: Diario ALFIL. Córdoba. 31 de julio 2012.
- Valdés Peláez, L. (1999): “Estrategias de desarrollo turístico sostenible”, en Blanquer D.: *Turismo. Organización administrativa, calidad de servicios y competitividad empresarial, I Congreso de Turismo*, Tirant lo Blanch, Valencia, p.p. 157-178.
- Valdés Peláez, L. (2001): “Turismo, desarrollo y sostenibilidad”, en Buendía Azorín, J.D. y Colino Suerias, J.: *Turismo y medioambiente*, Civitas, Madrid, p.p. 19-49.
- Valdés Peláez, L. (2004a): “El turismo rural: una alternativa diversificadora”, *Papeles de Economía Española*, nº 102, p.p. 298-313.
- Valdés Peláez, L. (2004b): “Turismo sostenible y turismo rural”, en Uriel Jiménez, E. y Hernández Martín, R.: *Análisis y tendencias del turismo*, Pirámides, Madrid, p.p. 165-186.
- Valdés Peláez, L. (2004c): “Política turística de la Unión Europea”, *Quaderns de Política Económica*, vol. 7, p.p. 114-134.
- Valls Giménez, J.F. (2003): *Las claves del mercado turístico. Cómo competir en el nuevo entorno*, Deusto, Bilbao.
- Valls Giménez, J.F. (2004): *Gestión de destinos turísticos sostenibles*, Gestión 2000, Madrid.
- Valor Martínez, C.; de la Cuesta González, M. (2003): Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España. Boletín económico de ICE, Información Comercial Española. Nº2755, págs. 7-20. Dianet.
- Vargas, A. (2011): *Responsabilidad Corporativa de la Gran Empresa Turística*. Blog del grupo Huelva La Luz. Post publicado junio 2011, actualizado el 3 de julio. Disponible en: www.comunidadhosteltur.com.
<http://comunidad.hosteltur.com/post/2011-08-09-rse-y-estrategia-de-la-empresa-turstica>. Consultada febrero 2013.
- Vargas, A. (2011): *La RSE en las grandes cadenas hoteleras, aún en fase primaria*. Post publicado el 11 de Agosto del 2011. Disponible en: http://www.hosteltur.com/128050_rse-grandes-cadenas-hoteleras-aun-fase-primaria.html Consultada febrero 2013.

- Vargas Sánchez, V.; Vaca Acosta, M.; García de Soto Camacho, E. (2004): Turismo Rural y Medioambiente. Diagnóstico Medioambiental de los Alojamientos Rurales de la Provincia de Huelva. Trabajo editado por la Fundación Biodiversidad en el año 2004. Huelva, España.
- Vera Rebollo, J.F. (coord.) (1997): *Análisis territorial del turismo*, Ariel Geografía. Barcelona.
- Vives, A & Corral, A & Isusi, I (2005): Responsabilidad Social de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica, BID e IKEI.
- Weiss, A. (2003): Responsabilidad Social de las empresas en una sociedad de "afectados". En: Innovar, Universidad Nacional de Colombia. Número 22. pp 44 - 53.
- Wikipedia.org, enciclopedia libre online. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Corporaci%C3%B3n> Consultado 6 junio 2012.
- WTTC, OMT y Consejo de la Tierra (1997): *Agenda 21 para la industria de los viajes y el turismo*. OMT. Madrid.

Sitios web de interés de Organismos, Instituciones e Instrumentos:

- ✓ AA.1000 (ACCOUNTABILITY 1000): www.accountability.org.uk Consultada enero 2013
- ✓ AENOR y la 'RS 10' La información obtenida del Diario Europress- Epsocial. Madrid. <http://www.europapress.es/epsocial/rsc/noticia-rs-10-aenor-permitira-certificar-responsabilidad-social-empresas-20110127140356.html> Consultada 27 de enero 2011.
- ✓ Agenda 21: www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/spanish/agenda21spchapter40.htm
- ✓ Base de datos de la OIT sobre empresas e iniciativas sociales (<http://oracle02.ilo.org:6060/vpi/vpisearch.first>)
- ✓ Consejo Empresario Argentina para el Desarrollo Sostenible (CEADS) <http://www.ceads.org.ar/home.htm> Consultada en diciembre 2012.
- ✓ Consejo Empresario Argentina para el Desarrollo Sostenible (CEADS) www.ideared.org Consultada en enero 2013.
- ✓ Declaración tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social <http://www.ilo.org/public/english/employment/multi/tridecl/index.htm>
http://www.unglobalcompact.org/languages/spanish/Los_Diez_Principios.html
- ✓ Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales <http://www.oecd.org/daf/investment/guidelines/>
- ✓ Global Reporting Initiative (GRI): www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/default.aspx
- ✓ Instituto Argentino de Normalizados y Certificación (IRAM): <http://www.iram.org.ar/seccion.php>
- ✓ Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE) www.iarse.org
- ✓ Organización Internacional de Trabajo (OIT) www.oit.org
- ✓ Pacto mundial de las Naciones Unidas <http://www.unglobalcompact.org/>.
- ✓ Programa de investigación de las Naciones Unidas sobre la responsabilidad social de las empresas (<http://www.unrisd.org/engindex/research/busrep.htm>)
- ✓ S.A. 8000 (Social Accountability 8000) www.sa-intl.org o www.cepaa.org Consultada enero 2013.
- ✓ World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) <http://www.wbcsd.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?Menu> Consultada en diciembre 2012.

ANEXOS

I. LEY DE HOTELERÍA DE CÓRDOBA N° 6483.
DECRETO REGLAMENTARIOS N° 1359 - AÑO 2000.

II. MODELO DE LA ENCUESTA

CORDOBA, 9 de diciembre de 1980.

VISTO: lo actuado en expediente No. 1350-0071-01027/78 y el Decreto Nacional No. 877/80, en ejercicio de las facultades legislativas concedidas por la Junta Militar,

EL GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DE CORDOBA
SANCIONA Y PROMULGA CON FUERZA DE

L E Y No. 6483

Artículo 1o. – Quedan sujetas a las disposiciones de la presente Ley y sus reglamentaciones las actividades declaradas de interés turístico especial por el artículo 4o. incisos "a" y "c" de la Ley No. 5457.

Artículo 2o. – La Dirección de Turismo velará por el cumplimiento de esta Ley y sus reglamentaciones controlando y fiscalizando los establecimientos que desarrollan las actividades a que se refiere el artículo anterior.

Artículo 3o. – Los establecimientos comprendidos en esta Ley no podrán funcionar sin estar previamente inscriptos en la Dirección de Turismo, organismo que le asignará su clase y categoría o los considerará "no categorizados" autorizándoles su denominación genérica de conformidad con las disposiciones reglamentarias que establezca el Poder Ejecutivo Provincial.

Artículo 4o. – Los titulares de los establecimientos inscriptos en la Dirección de Turismo deberán ajustarse a las siguientes normas, en la forma y modalidades que establezcan las reglamentaciones:

- a) Consignar en la publicidad, libros, facturas y toda otra documentación o material de propaganda la denominación, clase y categoría del establecimiento y su número de inscripción en el Registro correspondiente.
- b) Exhibir en el frente externo del establecimiento un cartel identificador en donde conste la clase, denominación y categoría del negocio, debiendo retirarlo en caso de cierre definitivo.
- c) Cobrar como máximo las tarifas reglamentarias.
- d) Llevar un Libro de Pasajeros y un Libro de Reclamos autorizados por la Dirección de Turismo y confeccionar las facturas en los talonarios reglamentarios.
- e) Colocar a la vista de los huéspedes, en los lugares que determine la reglamentación una ficha autorizada en donde consten las tarifas reglamentarias vigentes.
- f) Comunicar a la Dirección de Turismo los cierres definitivos y transitorios y las modificaciones a la firma titular, servicios, características y/o estructura edilicia del establecimiento.
- g) Remitir a la Dirección de Turismo la información estadística relacionada con el movimiento de pasajeros.
- h) Mantener el establecimiento en perfectas condiciones de higiene y conservación y brindar a los huéspedes como mínimo las comodidades y servicios que correspondan a la clase y categoría del establecimiento.
- i) Permitir y facilitar las inspecciones y el contralor que realice la Dirección de Turismo y exhibir a los inspectores actuantes los libros y talonarios de facturas reglamentarios.
- j) Cumplir con los compromisos de reservas formalizadas de conformidad con las normas reglamentarias.
- k) Contar con mobiliario, utensilios y demás ajuar del establecimiento de una calidad acorde con la categoría del negocio y en perfectas condiciones de higiene y conservación.

- I) Evacuar toda información y presentar la documentación que se le requiera.
- II) Tener a disposición de los huéspedes un ejemplar de la presente ley y de la reglamentación correspondiente y una planilla de empadronamiento del establecimiento autorizada.

Artículo 5o. — La transferencia por cualquier título de un establecimiento inscripto deberá ser registrada ante la Dirección de Turismo de conformidad con las disposiciones reglamentarias que establezca el Poder Ejecutivo.

Artículo 6o. — Créase el Registro Hotelero y de Campamentos de las Areas Turísticas y Rutas de acceso el que estará a cargo de la Dirección de Turismo, y en el que se registrarán todos los establecimientos inscriptos.

La Dirección de Turismo confeccionará anualmente la Guía Hotelera y de Campamentos en la que deberán figurar los establecimientos registrados.

Artículo 7o. — La Dirección de Turismo podrá autorizar eventualmente y hasta un máximo de SEIS (6) plazas en cada caso, el alojamiento temporario de personas en casas de familia cuando se prevea en la zona una afluencia extraordinaria de turistas que colme la capacidad de los establecimientos estables. A estos fines las casas deberán ser inscriptas en la Dirección de Turismo de conformidad con lo que establezca la Reglamentación.

Artículo 8o. — Las infracciones a las disposiciones de la presente ley y sus reglamentaciones serán sancionadas con multas de hasta CUATRO MILLONES QUINIEN-TOS MIL PESOS (\$ 4.500.000.-) y/o clausura del funcionamiento del establecimiento o cancelación de su inscripción en la Dirección de Turismo.

El tope máximo establecido en el párrafo anterior se elevará a la suma de NUEVE MILLONES DE PESOS (\$ 9.000.000.-) en caso de reincidencia.

Considérase reincidente a aquél que hubiere sido sancionado por resolución firme y que cometiere una nueva infracción a cualquiera de las disposiciones de esta ley y sus reglamentaciones dentro del término de un año desde la fecha de comisión de la anterior.

Estas sanciones serán aplicadas por la Dirección de Turismo, sin perjuicio de las clausuras y/o inhabilitaciones que dispusieren los Municipios y/u otros organismos estatales dentro de sus respectivas competencias por infracciones que estuvieren bajo su control.

El Poder Ejecutivo establecerá la escala de multas según la índole y gravedad de las infracciones y la categoría del establecimiento.

Artículo 9o. — Los montos de las multas establecidas en el artículo anterior se reajustarán anualmente de acuerdo al índice de variación de precios al consumidor (costo de vida) para la ciudad de Córdoba que determine la Dirección de Informática, Estadística y Censos de la Provincia, entre el treinta de noviembre del año en que se produzca el reajuste y el primero de diciembre del año inmediato anterior.

El Poder Ejecutivo determinará los montos actualizados de las multas por aplicación del índice referido los que serán aplicables a las infracciones que se cometieren a partir del primero de diciembre de cada año.

Artículo 10o. — La Dirección de Turismo podrá disponer la clausura del funciona-

miento del establecimiento o la cancelación de la inscripción en la Dirección de Turismo por las siguientes causales:

- a) Cuando funcionare sin estar inscripto en la Dirección de Turismo, habiendo sido multado el responsable una vez por tal causal.
- b) Cuando el infractor hubiere sido sancionado por cualquier causa más de tres veces en los dos años anteriores a contar desde el momento en que se constatare la última infracción.
- c) Cuando se desvirtúen los fines para los cuales fue registrado el establecimiento.

La Dirección de Turismo ejecutará la clausura sin perjuicio de los derechos que correspondan a los huéspedes alojados y a los que hubieren concretado reservas de comodidades de conformidad con las normas reglamentarias.

Artículo 11o. — La Dirección de Turismo podrá requerir el auxilio de la fuerza pública para el mejor cumplimiento de las tareas de control y fiscalización y para ejecutar clausuras.

Artículo 12o. — DEROGANSE los artículos 10o., 11o. y 13o. de la Ley No. 3782 y toda otra norma que se opusiera a la presente.

Artículo 13o. — TENGASE por Ley de la Provincia, cúmplase, protocolícese, comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial y archívese.

ADOLFO SIGWALD

BOLETIN OFICIAL

DE LA PROVINCIA DE CORDOBA

Poder Ejecutivo

DECRETO N° 1359

Córdoba, 5 de septiembre de 2000

VISTO: El expediente N° 0260-05896/00 en el que se propicia el dictado de una nueva reglamentación de la ley N° 6483, que sustituya la actualmente vigente mediante Decreto N° 4636/89.

Y CONSIDERANDO:

Que se hace necesario adecuar las disposiciones del Decreto N° 4636/89 y 376/99 que reglamenta la ley N° 6483, regulando las características edilicias y el funcionamiento de los alojamientos declarados de interés especial por el artículo 4 inciso “a” de la ley N° 5457, a las actuales necesidades del sector y especialmente a las nuevas modalidades o clases de alojamiento. Que a los fines de un mejor ordenamiento legislativo se ha optado por revisar en forma general el Decreto 4636/89, dictándose una nueva reglamentación que lo sustituya y que contemple en un solo texto todas las disposiciones aplicables a esa actividad. Por ello, lo actuado por la Agencia Córdoba Turismo S.E.M., el dictamen jurídico del Departamento Jurídico de la Secretaría General de Gobernación bajo n° 407/00, y el dictamen de Fiscalía de Estado bajo n° 001272/00,

EL GOBERNADOR DE LA PROVINCIA

DECRETA:

Artículo 1°.-REGLAMENTASE la ley N° 6483 en lo referente a los establecimientos que desarrollan las actividades declaradas de interés turístico especial por el Artículo 4° inciso “a” de la ley N° 5457.

CAPITULO PRIMERO

I CONCEPTOS GENERALES

Artículo 2º.-El servicio de alojamiento en el ámbito de la Provincia de Córdoba, constituye un sistema ordenado a través de clases y categorías de alojamientos. Las clases se refieren a las modalidades, formas y/o maneras de alojamiento en tanto que las categorías indican los servicios que prestan dentro de cada clase, y la calidad de los mismos.

Los parámetros generales utilizados para esta clasificación y categorización tienen en cuenta:

- Características de los servicios ofrecidos.
- Características constructivas del objeto.
- Características dimensionales de los sectores identificados como componentes del objeto.
- Equipamiento básico ofrecido.
- Servicios técnicos ofrecidos.
- Localización del establecimiento.
- Calidad de servicios ofrecidos.

Artículo 3º.-A los fines de la presente normativa se adoptan en la Provincia de Córdoba las siguientes clases (modalidades) de alojamiento:

1. HOTEL.
2. APART-HOTEL.
3. HOSTERIA Y/O POSADA.
4. MOTEL.
5. HOSTAL.
6. RESIDENCIA.
7. ALBERGUE.
8. APART-CABAÑAS.
9. CONJUNTO DE CASAS Y DEPARTAMENTOS.
10. COMPLEJO TURISTICO.
11. COMPLEJO ESPECIALIZADO.

La presente enunciación no tiene carácter taxativo, pudiendo comprender otras clases, cuya determinación se realizará conforme lo establezca el Organismo de Aplicación de la presente Reglamentación.

Artículo 4º.-Para la determinación de las categorías (calidades) de las distintas clases de alojamientos se valorarán parámetros, entendiendo la diversidad y calidad de los servicios que se prestan tanto en el establecimiento en sí mismo como en las habitaciones en particular, que permitan asignar la categoría mediante la determinación de estrellas para las clases: Hotel, Apart- Hotel, Hostería, Motel, Hostal, Apart- Cabañas y Complejo Turístico; mediante la designación de categoría Superior, Primera y Estándar para la clase: Complejo Especializados; y mediante la

denominación de categorías A, B y C, en los casos de las clases: Residencial y Albergue, y sin determinación de categoría para la clase: conjunto de casas y departamentos.

Artículo 5º.-A los fines de la presente normativa, se establecen los siguientes conceptos básicos.

II. CONCEPTO BASICO DE ALOJAMIENTO.

Es aquel tipo de establecimiento en el cual se presta el servicio de alojamiento mediante contrato por un período no inferior a una pernoctación, pudiendo ofrecer otros servicios complementarios, siempre que las personas alojadas no constituyan domicilio permanente en el establecimiento o inmueble en el que se presta el servicio de alojamiento.

III. CONCEPTOS BASICOS DE LAS DISTINTAS CLASES DE ESTABLECIMIENTOS.

a) HOTEL: Establecimiento que brinda servicio de alojamiento en habitaciones individuales con baño privado, departamentos y suite, con una cantidad mínima de diez(10) Unidades de alojamiento, en el cual se preste el servicio básico de alojamiento con servicios complementarios, conforme a los requisitos que se indiquen para cada categoría.

b) APART.HOTEL: Establecimiento que agrupa unidades integradas en un solo edificio, que brinda alojamiento en unidades de alojamiento con baño privado, que cuenten con equipamiento y servicios que permitan la elaboración, consumo y conservación de alimentos dentro de la unidad de alojamiento, destinado a personas que no constituyan domicilio permanente en él, y se administre en forma centralizada, pudiendo contar con servicios propios de la clase hotel. Cada unidad deberá constar como mínimo de dormitorio, baño, estar- comedor y cocina debidamente equipados. El servicio de alojamiento deberá contratarse por unidad.

c) HOSTERIA: Establecimiento que brinda servicio de alojamiento en habitaciones individuales con baño privado, departamentos y suite, con una capacidad mínima de cinco (5) Unidades de alojamiento, en el cual se preste el servicio de alojamiento y otros servicios complementarios, según los requisitos indicados para cada categoría, y que por sus características no puede ser encuadrado en la Clase Hotel.

d) MOTEL: Establecimiento que brinda servicio de alojamiento en habitaciones individuales con baño privado, con acceso independiente a las habitaciones, contando con estacionamiento vehicular ubicado junto a cada unidad y en cantidad igual al número de unidades, en el cual se preste el servicio de alojamiento con servicios complementarios.

e) HOSTAL: Establecimiento que brinda el servicio de alojamiento, en habitaciones individuales con baño privado y otros servicios complementarios, localizado en

edificios de valor arquitectónico, histórico- patrimonial, que a criterio del Organismo de Aplicación cuenten con condiciones de habitabilidad y confort adecuadas para la prestación del servicio de alojamiento.

f) RESIDENCIAL: Establecimiento que brinda el servicio de alojamiento en habitaciones individuales con baño privado, con una capacidad de cinco(5) Unidades de Alojamiento, en el que se preste servicio de alojamiento con o sin servicios de complementarios, según los requisitos establecidos para cada categoría, y que por sus condiciones arquitectónicas y de servicios no puede ser encuadrado en las clases anteriores.

g) ALBERGUE: Establecimiento que brinda servicio de alojamiento grupal, dedicado al alojamiento de contingentes y/o grupos de personas, con baños comunes y/o privados, que cuenten con condiciones mínimas de habitabilidad fijadas por la autoridad de regulación edilicia y de servicios turísticos.

h) APART- CABAÑAS: Unidades de alojamiento independientes y aisladas entre sí, que formando conjunto con otras, con un mínimo de tres (3), brinden servicio de alojamiento, con servicios complementarios, contando como mínimo con áreas de dormitorio, baño, cocina, estar comedor debidamente equipados, conforma lo establecido en la presente reglamentación para cada clase y categoría. El servicio de alojamiento deberá contratarse por unidad.

i) CONJUNTO DE CASAS Y/O DEPARTAMENTOS: Unidades de alojamientos independientes, que agrupadas, y formando conjunto con otras, con un mínimo de tres (3), brindan servicio de alojamiento, contando como mínimo con áreas de dormitorio, baño, cocina y estar comedor debidamente equipados, conforme lo establecido en la presente reglamentación para cada clase y categoría. El servicio de alojamiento deberá contratarse por unidad.

j) COMPLEJO TURISTICO: Establecimiento que presta servicio de alojamiento en una o más de una clase reconocida por la presente reglamentación, sujeta en cada caso a las condiciones que rigen para cada clase, contando con servicios complementarios, y con superficies afectadas al desarrollo de actividades turísticas, deportivas, recreativas, en cantidad y diversidad de acuerdo a lo que establezca para cada categoría la presente reglamentación.

k) COMPLEJO ESPECIALIZADO: Establecimiento que presta servicio de alojamiento en una o más de una clase reconocida por la presente reglamentación, integrado a la prestación de un servicio especializado y ajeno al alojamiento, y/o que por su localización rural se encuadre en la presente clase. Ej. Turismo rural, turismo salud (SPA), turismo deportivo, turismo recreativo, etc.

En todos los casos, deberán compatibilizarse, adecuarse y ajustarse las características del servicio de alojamiento, a los requerimientos y necesidades especiales y particulares de los servicios especializados que se prestan.

Los alojamientos pertenecientes a las distintas clases anteriormente reseñadas, deberán reunir características de escala y de diseño, acordes con el medio(urbano,

rural) de localización, conforme lo establezca para cada caso el Organismo de Aplicación de la presente Reglamentación.

IV. CONCEPTOS BASICOS REFERIDOS A TIPOLOGIAS DE UNIDADES DE ALOJAMIENTO.

- a) **Habitación Simple:** Unidad de alojamiento amoblada en forma permanente con una (1) cama individual.
- b) **Habitación Doble:** Unidad de alojamiento amoblada en forma permanente con dos (2) camas individuales o una (1) cama de dos (2) plazas.
- c) **Habitación Triple:** Unidad de alojamiento amoblada en forma permanente con tres (3) camas individuales o una cama doble y una (1) individual.
- d) **Habitación Cuádruple:** Unidad de alojamiento amoblada en forma permanente con cuatro (4) camas individuales o una (1) cama doble y dos (2) individuales.
- e) **Departamento:** Unidad de alojamiento compuesto por dos habitaciones con un hall de acceso con puerta al pasillo, atendido por un núcleo sanitario que le es propio, el ingreso al sanitario deberá ser independiente al de las habitaciones.
- f) **Suite:** Unidad de alojamiento compuesto por uno o más dormitorios con igual cantidad de baños y otro ambiente amoblado como sala de estar y recepción, con baño o toilette compuesto de inodoro bidet y lavabo.
- g) **Baño Privado:** El ambiente sanitario integrado con una unidad de alojamiento individual.
- h) **Baño Común:** El ambiente sanitario que sirve a más de dos (2) unidades de alojamiento individuales como mínimo, o a uno de características grupales.

V. CONCEPTOS BASICOS SOBRE SERVICIOS HOTELEROS

- 1) **Pensión Completa:** Servicio que incluye el de alojamiento, brindado conjuntamente con el de desayuno, almuerzo, merienda y cena incluido en la tarifa.
- 2) **Media Pensión:** Servicio que incluye el alojamiento, desayuno y una de las comidas, todo ello incluido en la tarifa.
- 3) **Día Estada:** Período de tiempo comprendido entre las 10 horas de un día y las 10 horas del día siguiente.

CAPITULO SEGUNDO

I. REQUISITOS GENERALES

Artículo 6º.-Son requisitos generales mínimos para que un establecimiento sea clasificado y categorizado en cualquiera de las clases y categorías los siguientes:

1) Ocupar la totalidad de un edificio o predio o una parte del mismo que sea completamente independiente del resto en cuanto a sus funciones y servicios principales.

2) Ocupar un máximo del 60 % de la superficie del predio (Factor de Ocupación FOS 0.6) en los casos de localizaciones en ciudades de más de 100.000 habitantes; un máximo del 50 % (FOS 0.5) en localizaciones en ciudades de entre 100.000 y 40.000 habitantes; y un 40 % (FOS 0.4) en localidades de entre 40.000 a 10.000 habitantes y un máximo del 30% (FOS 0.3) en localizaciones en centros urbanos de menos de 10.000 habitantes y en zonas no urbanas, con las excepciones detalladas en la presente Reglamentación y/o normativa municipal que demande coeficiente de FOS, inferiores a los citados precedentemente.

3) Contar con autorización previa de factibilidad de localización y de proyecto por parte del Organismo de Aplicación de la presente Reglamentación, tanto en los casos de establecimientos nuevos como para ascensos de categoría, cualquiera sea su localización, urbana o rural.

4) Contar con entrada para pasajeros independiente de la de servicios, excepto en los casos donde no se presten servicios de hotelería y complementarios.

5) Cuando existan locales en los cuales se ejecute o difunda música, los mismos deberán estar acústicamente aislados, salvo que se trate de música ambiental o de fondo.

6) Los establecimientos instalados en edificios de cuatro plantas o más de cuatro plantas, deberán contar con ascensor de una capacidad no inferior a cuatro (4) personas, por cada cien plazas o fracción, descontadas las plazas de planta baja, pudiendo suplir la cantidad de ascensores con una mayor capacidad de los mismos, dotado en todos los casos de mecanismo de maniobra selectiva- colectiva. Todo de acuerdo a lo que se establezca para cada clase y categoría, debiendo además cumplir con las normas establecidas por la autoridad competente.

7) Todas las autoridades de alojamiento estarán equipadas al menos con el siguiente mobiliario e instalaciones:

- a) Camas individuales cuyas dimensiones mínimas serán de 0.80 m. por 1.95 m. o dobles cuyas dimensiones mínimas serán de 1.40 m. por 1.95 m. Los colchones serán de un espesor mínimo de 0.18 m.
- b) Quedan prohibidas las camas cuchetas, salvo en los casos que el organismo de aplicación lo autorice fehacientemente en forma temporal.
- c) Una mesa de noche o mesada por plaza.
- d) Un sillón, butaca o silla y una mesa escritorio por habitación.
- e) Un armario o placard con capacidad y comodidades para colgar ropa, almacenarla en estantes y cajones, en cantidad suficiente.
- f) Una alfombra de pie de cama para cada plaza excepto en los casos en que la habitación esté totalmente alfombrada.
- g) Una lámpara o aplique de cabecera por cada plaza.
- h) Las unidades destinadas al alojamiento deberán estar identificadas, conforme su ubicación dentro del edificio.

8) Los baños privados de las habitaciones contarán como mínimo con el siguiente equipamiento:

- a) Lavabos con servicio permanente de agua fría y caliente mezclables.

- b) Bañera o receptáculo con ducha, provistos de mampara o cortina y con servicio permanente de agua fría y caliente mezclables.
 - c) Inodoro.
 - d) Bidé independiente de todo otro artefacto con servicio de agua fría y caliente mezclables.
 - e) Espejo con iluminación adecuada.
 - f) Accesorios sanitarios: repisa, jaboneras para lavabo y ducha, toalleros, percheros, porta rollo para papel, porta vaso y agarradera.
 - g) Toma de energía eléctrica combinado, de acuerdo a disposiciones técnicas vigentes en la materia.
- 9) Los parámetros de los baños deberán estar revestidos con material impermeable hasta una altura de 2,00 m.
- 10) En el cálculo de superficies de habitaciones que se establecerán para cada clase y categoría y tipo (simple, doble, triple), deberán excluirse placares y pasillos de acceso.
- 11) Los locales habitables deberán respetar las condiciones mínimas de iluminación (10 % de la superficie local), y de ventilación (5 % de la superficie local), al exterior mediante patios de 2.50 m. x 2.50 m. de dimensiones mínimas, y edificaciones en general aquí establecidas como así también las normas de edificación de la localidad donde se ubique el establecimiento. En los casos de localidades o radios urbanos cuyos municipios o comunas, carezcan de Código de Edificación o normas específicas, se tendrá en cuenta lo dispuesto en idéntico dispositivo vigente en la localidad más próxima, o en su defecto el correspondiente al de la cabecera de Departamento o ciudad de Córdoba como última alternativa, y en ese orden. En los casos de localizaciones en predios no comprendidos en la jurisdicción Municipal o Comunal, o predios rurales, el Organismo de Aplicación de la presente Reglamentación fijará las normas de edificación que estime convenientes para cada caso en particular.
- 12) En ningún caso las circulaciones internas de las habitaciones (excepto los baños) serán menores de 0.80 m. libre de todo obstáculo y/o mobiliario.
- 13) Deberá contar con la totalidad de los servicios de agua, luz eléctrica y gas, cumplimentando las normativas de los Organismos competentes referidas a provisión e instalación de agua fría y caliente, energía eléctrica, gas y sistema de protección contra incendios.
- 14) El suministro de agua será como mínimo de doscientos (200) litros por persona y por día, debiendo preverse una reserva de agua para atención de incendios en un porcentaje no inferior al diez por ciento (10 %) del total antes exigido, por plaza. En todos los casos del agua destinada a consumo e higiene personal deberá cumplir con las condiciones de potabilidad vigentes en la Provincia.
- 15) Todo establecimiento destinado a alojamiento turístico deberá contar con sistema de tratamiento de efluentes cloacales conforme a las normativas del Órgano competente, garantizando la preservación y/o protección de los recursos naturales del lugar (suelo y agua superficial y/o subterránea).
- 16) Todas las instalaciones, de electricidad, de agua, gas y teléfono deberán cumplimentar los requisitos de los Organismos competentes según corresponda. Deberá contar con sistema de luz de emergencia en todas las circulaciones del edificio y con protección a través de fusible, llave térmica y disyuntor diferencial.
- 17) Contar con un sistema de protección contra incendios según normas del Organismo competente (Dirección Provincial de Bomberos). El personal del

establecimiento deberá estar instruido en el manejo de los mencionados dispositivos y de las medidas a adoptarse en caso de producirse un siniestro.

18) Contar con una adecuada señalización de salidas para casos de emergencia, claramente visible en todo momento (conectada con luz de emergencia).

19) el ancho mínimo de pasillos y escaleras de público será de 0.90 m. como mínimo.

20) Todo personal afectado a la atención de pasajeros deberá estar uniformado.

21) Contar con botiquín de primeros auxilios.

II. REQUISITOS PARTICULARES DE LA CLASE HOTEL

Artículo 7º.-Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase HOTEL; Categoría 5 ESTRELLAS, los siguientes:

1) EL CIEN POR CIEN (100 %) de las habitaciones deberá tener vista al exterior, en caso de centros urbanos de gran densidad se acordarán las excepciones con el Organismo Municipal de Aplicación.

2) Las unidades de alojamiento deberán reunir las siguientes condiciones:

- a) Superficie de la habitación simple y doble: 20 m².
- b) Superficie de la habitación triple: 24 m².
- c) Superficie de habitación doble en suite de lujo: 35 m².
- d) Superficie de habitación en suite estándar: 25 m².
- e) El lado mínimo de las habitaciones será de 3,50 m.
- f) Las puertas de acceso a las habitaciones tendrán un ancho mínimo de 0.80 m. debiendo poseer cerradura. Las ventanas de las habitaciones que permitan el acceso desde el exterior, deberán poseer sistema de traba interior.
- g) La iluminación general de las habitaciones contará con llaves de doble comando desde el acceso y la cabecera de cama.
- h) Las **dimensiones mínimas de las camas** serán de 1.00m. por 2.00 m. para las camas individuales y de 1.80 m. por 2.00 m. para las camas dobles, utilizándose colchones tipo somier.
- i) Instalación para equipamiento de computación, con posibilidad de acceso a Internet y correo electrónico.
- j) Televisor color 24", con servicios de canales de TV. las 24 horas, y radio AM-FM.
- k) Servicio telefónico con salida al exterior.
- l) Frigo-bar.

3) Los baños de las unidades de alojamiento deberán reunir las siguientes condiciones, sin perjuicio de las contenidas en el Artículo 6º del presente Decreto:

- a) Superficie mínima: 5,00 m².
- b) Lado mínimo: 2,00 m.
- c) Zonificado, en tres sectores, bañera y/o receptáculo con ducha, lavabo, y sector de inodoro y bidet.
- d) Teléfono.
- e) Ducha con mampara y bañera, y/o receptáculo, medidas mínimas de 1.00 m. x 2.00m.
- f) Gavetero y/o estanterías.

- g) Secador de cabello.
 - h) Elementos complementarios: jabón, papel higiénico, bolsas higiénicas, gorras para cabello, pañuelos de papel, shampoo y gel de baño, batas salidas de baño.
- 4) Tener como mínimo dos (2) unidades de alojamiento, con equipamiento adecuado para el uso de discapacitados motrices, conforme lo establezca el Organismo de Aplicación.
 - 5) El 3 % de las unidades de alojamiento deberán ser suite, con un mínimo cuatro (4) suite, una de ellas de lujo y el resto estándar. Las mismas deberán contar con los siguientes ambientes: dormitorio, cuyas dimensiones y equipamiento deberán como mínimo ajustarse a las condiciones establecidas para las habitaciones dobles según inciso 2, baño, con bañera con sistema de hidro-masajes, y sala de estar con baño. La superficie de la sala de estar con el baño o toilette incluido, para las suite de lujo será de 40 m². Y de 30 m² para las suite estándar.
 - 6) Contar con locales destinados a ingreso, recepción, portería y sala de esta, integrados entre sí con una superficie mínima de 1000,00 m², más 0,40 m² por plaza a partir de las doscientas (200) plazas, con servicios sanitarios de uso publico diferenciado por el sexo.
 - 7) Contar con salas de estar que sola o en conjunto superen una superficie mínimas de 1000 m², más 0,40 m² por plaza a partir de las doscientas(200) plazas.
 - 8) Contar con salón comedor, que tendrá superficie mínima de 1,50 m² por plaza. Deberá ofrecer servicio de comida a la carta y cocina internacional. Contará con servicios sanitarios de uso público, diferenciados por sexo, de uso exclusivo del salón.
 - 9) Tener bar- desayunador con una superficie mínima de 1000,00 m², que se incrementará en 0,50 m² por plaza a partir de las doscientas (200) plazas. Deberá ofrecer desayuno y comidas ligeras. Contará con sanitarios diferenciados por sexo dentro del mismo nivel.
 - 10) Tener centro de convenciones de 800,00 m² de superficie mínima, a la cual se le agregará 1,50 m² por plaza adicional a partir de doscientas plazas. En dicha superficie no se incluirán accesos y hall, pasillos, sanitarios ni las siguientes instalaciones complementarias: salas para secretaria, instalaciones para traducción simultanea, instalaciones para la reproducción de documentación, salas de reunión de comisiones, sala para periodistas, instalaciones para equipos audiovisuales, instalaciones para equipos de computación y red de Internet, debiendo contar con líneas de teléfono y fax independientes con salidas al exterior. Asimismo, deberá contar con sanitarios para uso público, diferenciados por sexo, de uso exclusivo del centro de convenciones, con las circulaciones y ascensores correspondientes, en cantidad y calidad suficientes y de acuerdo a la capacidad del mismo.
 - 11) Tener un Office por planta dotado de: teléfono interno, mesada con pileta, armario para artículos de limpieza, sanitarios para personal diferenciados por sexo.
 - 12) En caso de tener edificio mas de una (1) planta, contará con un mínimo de dos (2) ascensores por cada cien (100) plazas o fracción, descontadas las plazas correspondientes a planta baja, pudiendo suplir la cantidad de ascensores con una mayor capacidad de los mismos, dotados en todos los casos de mecanismo de maniobra selectiva- colectiva. Deberá contar también con un ascensor de servicio independiente.

- 13) Tener espacio para estacionamiento de vehículos cuyo número de cocheras cubiertas sea igual o mayor al cuarenta por ciento (40 %) de las habitaciones del hotel en zona urbana, y el sesenta por ciento (60 %) en zona no urbana. Entiéndase por cocheras cubiertas a las construidas con materiales tradicionales, y que consten de cerramientos laterales y techo. Las cocheras cubiertas deberán estar ubicadas en el mismo predio del hotel. Contará con servicio de vigilancia y de valet- parking las veinticuatro (24) horas del día.
- 14) Contar de dependencias para personal que como mínimo deberán incluir: vestuarios y sanitarios diferenciados por sexo, comedor y sala de estar.
- 15) Todas las dependencias de servicio serán independientes de las áreas destinadas al uso de pasajeros, visitantes y público en general.
- 16) Tener una (1) pileta de natación, climatizada. La dimensión de la pileta será proporcional al número de plazas, a razón de 0,50 m² por plaza, con un mínimo de 100 m², y una profundidad promedio de 1,20 m en toda su extensión, contando con sistemas de purificación de agua. Dispondrá, además, de un sector para niños, con una profundidad de 0,50 m. Podrá optarse por remplazarse el requisito precedente por el de (2) dos piletas de natación en relación proporcional de 0,25 m² por plaza cada una de ellas siendo una de ellas climatizada. El área de los natatorios contará con personal profesional encargado de la seguridad de los huéspedes.
- 17) Contar con cajas de seguridad individual, en cantidad igual al número de unidades de alojamiento, localizadas en las unidades de alojamiento o bien agrupadas en algún espacio común.
- 18) Contar con calefacción en todos los ambientes, por sistemas centrales o descentralizados de manejo centralizado, por planta o grupo de habitaciones, debidamente autorizado por el Organismo competente en la materia.
- 19) Contar con refrigeración en todos los ambientes, por sistemas centrales o descentralizados de manejo centralizado.
- 20) Contar con generador de energía eléctrica complementario para funcionamiento en caso de emergencia, y luz de emergencia en los espacios y circulaciones de uso colectivo.
- 21) Ofrecer además del alojamiento, los servicios de comida, desayuno, refrigerio, bar diurno y nocturno y en las habitaciones.
- 22) Contar con servicio de lavandería, y mucamas.
- 23) Contar con servicio de mensajería.
- 24) Tener personal trilingüe (castellano y preferentemente, inglés y portugués) para la atención en la recepción y el salón de comedor, debiendo como mínimo en cada turno de trabajo encontrarse dos empleados que hablen los idiomas extranjeros.
- 25) Deberá contar con servicio de maleteros.
- 26) Tener a disposición de los huéspedes que lo soliciten, aparatos reproductores de video, de fax y de computación, para ser instalados en la habitación.
- 27) Deberá brindar los siguientes servicios complementarios:
- a) Gimnasio cubierto con aparatos, que permitan también el desarrollo de gimnasia aeróbica.
 - b) Sauna, baños de vapor y masajes.
 - c) Contar con superficies aptas para la práctica de tenis, y playón polideportivo con demarcación de canchas de basket, voley y mini fútbol.

En los casos de incorporar en el establecimiento espacios para el desarrollo de actividades lúdicas, deportivas, recreativas y/o culturales, deberá anexas a las mismas los espacios de ingreso, recepción, y salas de estar con los sanitarios respectivos, de acuerdo a los que establezca el Organismo de Aplicación, para cada caso en particular.

Artículo 8º.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase HOTEL Categoría 4 ESTRELLAS, los siguientes:

- 1) EL CIEN POR CIENTO (100%) de las habitaciones deberá tener vista al exterior. En caso de centros urbanos de gran densidad podrán acordarse excepciones con el Organismo Municipal de Aplicación.
- 2) Las unidades de alojamiento deberán reunir las siguientes condiciones:
 - a) Superficie de la habitación simple y doble: 18,00 m².
 - b) Superficie de la habitación triple: 22,00 m².
 - c) Superficie de la habitación doble, en suite: 23,00 m².
 - d) El lado mínimo será de 3,50 m.
 - e) Las puertas de acceso a las habitaciones tendrán un ancho mínimo de 0,80 m, debiendo contar con cerradura. Las ventanas de las habitaciones que permitan el acceso desde el exterior, deberán contar con sistema de traba interior.
 - f) La iluminación general de las habitaciones contará con llaves de comando en el acceso y en el muro de la cabecera de la cama.
 - g) Las dimensiones mínimas de las camas serán de 1.00 m por 2.00 m para las camas individuales y de 1.60 m por 2.00 m para las camas dobles, utilizándose colchones tipo sommiers.
 - h) Instalación para equipamiento de computación, con posibilidad de acceso a Internet y correo electrónico.
 - i) Televisor color 21”, con servicio de canales de TV y radio AM-FM.
 - j) Servicio telefónico con salida al exterior.
 - k) Frigo- bar.
- 3) Los baños de las habitaciones privadas deberán reunir las siguientes condiciones, sin perjuicio de las contenidas en el artículo 6º del presente Decreto:
 - a) Superficie mínima: 4,00 m².
 - b) Lado mínimo: 2,00 m.
 - c) Zonificado, en tres sectores, bañera y/o receptáculo con ducha, bidet e inodoro y lavado.
 - d) Teléfono.
 - e) Ducha: receptáculo y/o bañera con mampara, con dimensiones mínimas de 1.80 m x 0.90 m.
 - f) Gavetero y/o estanterías.
 - g) Secador de cabellos.
 - h) Elementos complementarios: bolsas higiénicas, gorras para cabellos, pañuelos de papel, shampoo y gel de baño, batas salida de baño.
- 4) Tener como mínimo una (1) unidad de alojamiento con el equipamiento adecuado para el uso de discapacitados motrices, de acuerdo a lo que establezca el Organismo de Aplicación.

5) El dos (2%) de las unidades de alojamiento, deberán ser suite con un mínimo de dos suite. Las mismas deberán contar con los siguientes ambientes: dormitorio con baño, cuyas dimensiones y equipamiento deberán como mínimo ajustarse a las condiciones establecidas para las habitaciones dobles en los incisos anteriores, y sala de estar con baño o toilette, con una superficie mínima de 25 m².

6) Contar con locales destinados a ingreso, recepción, portería, y sala de estar, con una superficie mínima de 60,00 m², que deberá incrementarse en 0,40 m² por plaza a partir de las cien (100) plazas, contará con servicios sanitarios de uso público diferenciados por sexo.

7) Contar con salas de estar, que sola o en conjunto reúnan una superficie mínima de 60,00 m², que deberá incrementarse en 0,40 m² por plaza a partir de las cien (100) plazas.

8) Contar con salón comedor, que tendrá una superficie mínima de 1,50 m² por plaza. Deberá ofrecer servicio de comida a la carta y cocina internacional. Contará con servicios sanitarios de uso público diferenciados por sexo y de uso exclusivo del salón.

9) Tener bar-desayunador con una superficie mínima de 50,00 m², que se incrementará en 0,50 m² por plaza a partir de las cien (100) plazas. Deberá ofrecer desayuno y comidas ligeras. Contará con baños separados por sexo de uso exclusivo.

10) Contar con un salón de usos múltiples de planta libre con una superficie mínima de 200,00 m², que se incrementará en 0,60 m² por plaza a partir de las cien (100) plazas. Deberá contar con sanitarios de uso público diferenciados por sexo, de uso exclusivo.

11) Tener un Office por planta dotado de teléfono interno, mesada con piletta, armario para artículos de limpieza, sanitarios para personal diferenciados por sexo.

12) En caso de tener el edificio más de una (1) planta, contará con un mínimo de dos (2) ascensores por cada 100 plazas o fracción, descontadas las plazas correspondientes a planta baja, pudiendo suplir la cantidad de ascensores con mayor capacidad de los mismos, dotados en todos los casos de mecanismo de maniobra selectiva- colectiva. Deberá también contar con un ascensor de servicio independiente.

13) Tener espacio vehicular cuyo número de cocheras cubiertas sea igual o mayor al cuarenta por ciento (40 %) de las habitaciones del hotel en zona urbana, y el sesenta por ciento (60 %) en zona no urbana. Considerándose por cocheras cubiertas a las construidas con materiales tradicionales, y que consten de cerramientos laterales y techo. Las cocheras cubiertas deberán estar ubicadas en el mismo predio del hotel. Contará con servicio de vigilancia y de valet- parking las veinticuatro (24) horas del día.

14) Contar de dependencias para personal que deberán incluir como mínimo: vestuarios y sanitarios diferenciados por sexo, comedor y sala de estar.

15) Todas las dependencias de servicio serán independientes de las áreas destinadas al uso de pasajeros, visitantes y público en general.

16) Tener una piletta de natación cuya dimensión será proporcional al número de plazas a razón de 0,50 m² por plaza, con un mínimo de 75 m² y una profundidad promedio de 1,20 m en toda su extensión, contando con sistema de purificación de agua. Dispondrá, de un sector de natación para niños, con una profundidad de 0,50 m. El área de natatorio contará con personal profesional encargado de la seguridad de los huéspedes.

- 17) Contar con calefacción en todos los ambientes, por sistemas centrales o descentralizados de manejo centralizado, por planta o grupo de habitaciones, debidamente autorizado por el Organismo competente en la materia.
- 18) Contar con refrigeración en todos los ambientes, por sistemas centrales o descentralizados de manejo centralizado.
- 19) Contar con generador de energía eléctrica complementario para casos de emergencia, y con luz de emergencia en los espacios de uso colectivo.
- 20) Contar con cajas de seguridad individual, en cantidad igual al número de unidades de alojamiento, localizadas en las unidades de alojamiento o bien agrupadas en algún espacio común.
- 21) Ofrecer los servicios de comida, desayuno, refrigerio, bar y servicio en las habitaciones.
- 22) Contar con servicio de lavandería, y mucamas.
- 23) Contar con servicio de mensajería, y portamaletas.
- 24) Tener personal bilingüe (castellano y preferentemente, inglés o portugués) para la atención de la recepción y el salón de comedor, debiendo como mínimo en cada turno de trabajo encontrarse un empleado que hable inglés.
- 25) Deberá brindar los siguientes servicios complementarios:
 - a) Gimnasio cubierto con aparatos, que permitan también el desarrollo de gimnasia aeróbica.
 - b) Sauna, baños de vapor y masajes.
 - c) Contar con superficies aptas para la práctica de deportes o playón polideportivo con demarcación de canchas.

En los casos de incorporar en el establecimiento espacios para el desarrollo de actividades lúdicas, deportivas, recreativas y/o culturales, deberá anexar a las mismas los espacios de ingreso, recepción, y salas de estar con los sanitarios respectivos, de acuerdo a los que establezca el Organismo de Aplicación, para cada caso en particular.

Artículo 9º.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase HOTEL, Categoría 3 ESTRELLAS, los siguientes:

- 1) Las unidades de alojamiento deberán reunir las siguientes condiciones:
 - a) Superficie de la habitación simple y doble: 12,00 m².
 - b) Superficie de la habitación triple: 15,00 m².
 - c) El lado mínimo será de 3,00 m.
 - d) Las puertas de acceso a las habitaciones tendrán un ancho mínimo de 0,80 m, debiendo contar con cerraduras.
 - e) La iluminación general de las habitaciones contará con llaves de comando en el acceso y en el muro de la cabecera de la cama.
 - f) Televisor color 14", con servicio de canales de TV radio AM- FM.
- 2) Servicio telefónico con salida al exterior.
- 3) Los baños privados de las unidades de alojamiento deberán reunir las siguientes condiciones, sin perjuicio de las contenidas en el artículo 6º del presente Decreto:
 - a) Superficie mínima: 3,50 m².
 - b) Lado mínimo: 1,50 m.
 - c) Calefacción.

- d) Ducha con mampara.
 - e) Gacetero y/o estanterías.
 - f) Secador de cabello.
 - g) Elementos complementarios: bolsa higiénica, gorra para baño, shampoo, y jabón de tocador, toalla de mano y un toallón por persona.
- 4) Tener como mínimo una (1) unidad de alojamiento con el equipamiento adecuado para el uso de discapacitados motrices, de acuerdo a lo que establezca el Organismo de Aplicación.
- 5) Contar con locales destinados a ingreso, recepción y portería, con una superficie mínima de 40,00 m², que deberá incrementarse en 0,40 m² por plaza a partir de las cuarenta (40) PLAZAS, y contará con servicios sanitarios de uso público diferenciados por sexo, con una superficie mínima de 5,00 m² cada uno. Estos espacios deberán contar con instalación para equipos de computación, con posibilidad de acceso a Internet, correo electrónico y fax, y caja de seguridad, para uso de los huéspedes.
- 6) Contar con sala de estar con una superficie mínima de 40,00 m², que deberá incrementarse en 0,40 m² por plaza a partir de las cuarenta (40) plazas.
- 7) Tener salón comedor con bar-desayunador, con servicio de comida ligera, (snack), y con una superficie mínima de 40,00 m², que se incrementará en 0,40 m² por plaza a partir de las cuarenta (40) plazas.
- 8) Contar con un salón de usos múltiples, de planta libre con una superficie mínima de 30,00 m², que se incrementará en 1.00 m² por plaza a partir de las cuarenta (40), siendo su lado mínimo de 5,00 m y contará con servicios sanitarios de uso público diferenciados por sexo, con una superficie mínima de 5,00 m² cada uno. La cantidad y superficies de los sanitarios deberá guardar relación con la superficie local, de acuerdo a lo que establezcan las normas de edificación del lugar donde se localiza el establecimiento.
- 9) Tener un office por planta dotado de: teléfono interno, mesada con piletta, armario para artículos de limpieza, sanitarios para personal diferenciados por sexo.
- 10) En caso de tener el edificio TRES o más de TRES (3) plantas, además del ascensor principal, deberá también contar con un ascensor de servicio independiente.
- 11) Tener espacio para estacionamiento vehicular cuyo número de cocheras cubiertas sea igual o mayor al veinticinco por ciento (25%) de las habitaciones totales del hotel en zona urbana y el cincuenta por ciento (50%) en zona no urbana. Podrán estar ubicadas integradas al edificio o en sus adyacencias, a una distancia no mayor de CIENTO CINCUENTA (150 m) medidos en línea recta o quebrada sobre el cordón de la acera a partir del eje central de la puerta principal de acceso al establecimiento. Considerándose cocheras cubiertas a aquellas que estuvieren incorporadas a los planos del inmueble que ocupen, y que cumplan con las normas de edificación del lugar de emplazamiento con normas de edificación, deberán respetarse las normas de edificación de la municipalidad de Córdoba.
- 12) Contar con dependencias para personal que deberán incluir como mínimo: vestuarios y sanitarios, diferenciados por sexo, y comedor- estar.
- 13) Todas las dependencias de servicio serán independientes de las áreas destinadas al uso de pasajeros, visitantes y público en general.
- 14) Tener piletta de natación cuya dimensión será proporcional al número de plazas a razón de 0,50 m² por plaza, con un mínimo de 50 m² y una profundidad promedio

de 1,20 m, y un sector de natación para niños con una profundidad de 0,50 m, contando con sistema de purificación de agua.

15) Contar con calefacción y refrigeración en todos los ambientes, por sistemas centrales o descentralizados de manejo centralizado, por planta o grupo de habitaciones, debidamente autorizado por el organismo competente en la materia.

16) Contar con generador de energía eléctrica complementaria para casos de emergencia y con luz de emergencia en los espacios de uso colectivo.

17) Ofrecer los servicios de comida, desayuno, refrigerio y bar.

18) Contar con servicio de lavandería, y de mucamas.

19) Contar con servicio de mensajería.

20) Tener personal bilingüe (castellano y preferentemente inglés o portugués) para la atención de la recepción y el salón de comedor, debiendo como mínimo encontrarse en cada turno de trabajo, un empleado que hable inglés.

Artículo 10°.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase HOTEL, Categoría 2 ESTRELLAS, los siguientes:

1) Las unidades de alojamiento deberán reunir las siguientes condiciones:

a) Superficie de la habitación simple o doble: 12,00 m².

b) Superficie de la habitación triple: 14,00 m².

2) El lado mínimo de las habitaciones será de 3,00 m.

3) Las puertas de acceso a las habitaciones tendrán un ancho mínimo de 0,80 m, debiendo contar con cerraduras de calidad que aseguren la seguridad adecuada.

4) La iluminación general de las habitaciones contará con llaves de comando en el acceso y en el muro de la cabecera de la cama.

5) Servicio telefónico con salida al exterior, y televisor.

6) Los baños privados de las habitaciones deberán reunir las siguientes condiciones, sin perjuicio de las contenidas en el artículo 6° del presente Decreto:

a) Superficie mínima: 3,00 m².

b) Lado mínimo: 1,50 m.

c) Ducha con mampara.

d) Elementos complementarios: bolsas higiénicas, jabón de tocador y una toalla de mano y un toallón por persona.

7) Tener como mínimo una (1) unidad de alojamiento, con equipamiento adecuado para el uso de discapacitados motrices.

8) Contar con locales destinados a ingreso, recepción y portería, con una superficie mínima de 30,00 m², que deberá incrementarse en 0,30 m² por plaza a partir de las treinta (30) plazas.

9) Se deberá prestar servicio de caja de seguridad a los huéspedes que lo soliciten.

10) Contar con sala de estar con una superficie mínima de 35,00 m² que deberá incrementarse en 0,30 m² por plaza a partir de las treinta (30) plazas. Esta sala tendrá comunicación directa con la recepción y contará con servicios sanitarios de uso público, diferenciados por sexo, con una superficie mínima de 5 m² cada uno, y televisión en los lugares donde se preste dicho servicio.

11) Tener comedor-desayunador, con una superficie mínima de 25,00 m², que se incrementará en 0,30 m² por plaza a partir de las treinta (30) plazas. Esta proporción será reducida al cincuenta por ciento (50%) cuando no se preste el servicio de comidas de acuerdo a lo previsto en la presente Reglamentación.

- 12) Tener espacio para estacionamiento cuyo número de cocheras cubiertas sea igual o mayor al veinticinco por ciento (25%) del total de las habitaciones del hotel. Podrán estar ubicadas integradas al edificio o en sus adyacencias, a una distancia no mayor de CIENTO CINCUENTA (150 m) medidos en línea recta o quebrada sobre el cordón de la acera a partir del eje central de la puerta principal de acceso al establecimiento. Considerándose cocheras cubiertas a aquellas que estuvieren incorporadas a los planos del inmueble que ocupen, y que cumplan con las normas de edificación del lugar de emplazamiento con normas de edificación, deberán respetarse las normas de edificación de la municipalidad de Córdoba.
- 13) Todas las dependencias de servicio serán independientes de las áreas destinadas al uso de pasajeros, visitantes y público en general.
- 14) Contar con calefacción y acondicionamiento térmico en todos los ambientes, por sistemas debidamente autorizado por el organismo competente en la materia.
- 15) Contar con luz de emergencia en los espacios de uso colectivo.
- 16) Ofrecer los servicios de desayuno, refrigerio, bar.
- 17) Contar con servicio de lavandería, mucamas y mensajería.

Artículo 11°.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase HOTEL Categoría 1 ESTRELLA, los siguientes:

1) Las unidades de alojamiento deberán reunir las siguientes condiciones:

- a) Superficie de la habitación simple o doble: 10,50 m².
 - b) Superficie de la habitación triple: 12,00 m².
- 2) El lado mínimo de las habitaciones será de 3.00 m.
 - 3) La iluminación general de las habitaciones contará con llaves de comando en el acceso y en el muro de la cabecera de la cama.
 - 4) Servicio telefónico con salida al exterior.
 - 5) Tener al menos una de las habitaciones con equipamiento adecuado para el uso de discapacitados motrices.
 - 6) Los baños privados de las habitaciones deberán reunir las siguientes condiciones, sin perjuicio de las contenidas en el artículo 6° puntos 8,9,10 del presente Decreto:
 - a) Superficie mínima: 3,00 m².
 - b) Lado mínimo: 1,50 m.
 - c) Ducha con mampara.
 - d) Elementos complementarios: jabón de tocador y una toalla de mano y un toallón por persona.
 - 7) Contar con locales destinados a ingreso, recepción y portería, con una superficie mínima de 20,00 m², que deberá incrementarse en 0,25 m² por plaza a partir de las veinte (20) plazas.
 - 8) En el área de recepción y portería deberá contar con cajas de seguridad disponibles para los huéspedes.
 - 9) Contar con sala de estar con una superficie mínima de 30,00 m², que deberá incrementarse en 0,25 m² por plaza a partir de las veinte (20) plazas. Dicha sala podrá tener comunicación directa con la recepción y contará con televisor y servicios sanitarios de uso público, diferenciados por sexo.
 - 10) Tener comedor-desayunador, con una superficie mínima de 20 m², que se incrementará en 0,30 m² por plaza a partir de las VEINTE PLAZAS. Esta

proporción será reducida al CINCUENTA POR CIENTO (50%) cuando no se preste el servicio de comidas.

11) En los casos de tener el edificio menos de tres plantas, deberá contar una con escalera de servicios, independiente de la principal para uso de los huéspedes.

12) Tener espacio para estacionamiento cuyo número de cocheras cubiertas sea igual o mayor al veinte por ciento (20%) del total de las habitaciones. Podrá estar integrado al edificio o en sus adyacencias, a una distancia mayor de CIENTO CINCUENTA METROS (150 m) medidos en línea recta o quebrada sobre el cordón de la acera a partir del eje central de la puerta principal de acceso al establecimiento.

13) Todas las dependencias de servicio serán independientes de las áreas destinadas al uso de pasajeros, visitantes y público en general.

14) Contar con calefacción y acondicionamiento térmico en todos los ambientes, por sistemas debidamente autorizado por el organismo competente en la materia.

15) Contar con luz de emergencia en los espacios de uso colectivo.

16) Ofrecer servicios de desayuno, refrigerio, bar.

17) Contar con servicio de lavandería, mucamas y mensajería.

III. ESPECIFICACIONES PARA LA CLASE APART-HOTEL

Generales.

Artículo 12º.- Son requisitos generales mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase APART-HOTEL, los siguientes:

1) Deberá ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independiente, con ingresos, circulaciones, ascensores y escaleras de uso exclusivo.

2) Cada unidad de alojamiento o departamento estará compuesta como mínimo de dormitorio, baño, cocina o kichenette y estar-comedor debidamente amoblado y equipado.

3) Deberá disponer de recepción y consejería permanentemente atendida por personal capacitado.

4) Todo departamento deberá tener servicio telefónico al exterior, pudiendo ser centralizado o individual.

5) Las unidades de alojamiento estarán identificadas en la cara anterior de la puerta.

6) El personal del establecimiento deberá estar debidamente uniformado.

7) Deberá contar con recintos destinados a vestuarios y sanitarios diferenciados por sexos para el personal de servicio.

8) Deberá contar con servicio de limpieza, lavandería y mucamas.

AMBIENTES Y EQUIPOS

1) Dormitorios: Se considerarán aquellos locales destinados exclusivamente a esa actividad, y estarán dotados del siguiente equipamiento: Camas individuales cuyas dimensiones mínimas serán de 0.80 m por 1.95 m o dobles cuyas dimensiones mínimas serán de 1.40 m por 1.95 m. Los colchones serán de un espesor mínimo de 0.18 m. Quedan prohibidas las camas cuchetas, salvo en los casos que el organismo de aplicación lo autorice fehacientemente en forma temporal.

2) Baños: El local destinado a sanitario contará con el siguiente equipamiento mínimo:

- a) Lavabo con servicio permanente de agua fría y caliente mezclables.
- b) Bañera o receptáculo con ducha, provistos de mampara o cortina y con servicio permanente de agua fría y caliente mezclables.
- c) Inodoro.
- d) Bidé independiente de otro artefacto con servicio de agua fría y caliente mezclables.
- e) Espejo con iluminación adecuada.
- f) Accesorios sanitarios: repisa, jaboneras para lavabo y ducha, toalleros, percheros, porta rollo para papel, porta vasos y agarradera.
- g) Tomacorriente combinado.
- h) Los parámetros de los baños deberán estar revestidos con material impermeable hasta una altura de 2,00 m.

3) Estar- comedor: La superficie del local estarán en relación directa con la categoría y la capacidad de plazas fijadas para la unidad de alojamiento, pero en ningún caso podrá ser inferior a los 9.00 m². en alojamiento de 1 ó 2 plazas el local podrá integrarse con el dormitorio.

4) Cuando la unidad de alojamiento posea una capacidad superior a 4 plazas se incrementará la superficie de locales (baño y kichenette) en un porcentaje no inferior al 40%, pudiendo ser distribuidas las plazas en dos o tres ambientes.

5) La cocina o kichenette deberá contar como mínimo con cocina de dos hornallas, una piletta con agua caliente y fría mezclables, mesada, armario o alacena con capacidad, para utensilios y víveres, una heladera, un microondas, contando además con equipo mecánico extractor de humos y olores.

6) Cada unidad de alojamiento estará equipada con : a) vajilla, cubiertos y cristalería con medio juego americano (4 pieza cada una de ellas) y con batería de cocina adecuada a la cantidad de plazas contando como mínimo con una cacerola chica y mediana, y una sartén grande y una chica, una pava, un hervidor, un colador de pastas y uno de té, un jarro de mano, todo en perfectas condiciones de uso; b) cada unidad deberá contar como mínimo por día y por plaza con un juego de 2 toallas de mano y un toallón de mano, papel higiénico y jabón de tocador; c) deberá contar con ropa de cama adecuada, debiéndose cambiar como mínimo dos veces a la semana.

Requisitos particulares por categoría

Artículo 13°.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase APART-HOTEL categoría 3ESTRELLAS, los siguientes:

- 1) Los ambientes dormitorio deberán contar con las siguientes superficies mínimas:
 - 1) Simple y doble: 12,00 m².
 - 2) Triple: 15,00m².
 - 3) Lado mínimo de los ambientes: 3,00 m.
- 2) La superficie mínima de los baños será de 3,20 m², siendo su lado mínimo de 1,50 m.
- 3) La superficie mínima de la kichenette será de 2,25 m².
- 4) La superficie del estar-comedor de la unidad de alojamiento, con un mínimo de 12.00 m², deberá tener una superficie de 6.00 m² por persona.

- 5) La superficie mínima de la Recepción y Portería será de 30,00 m² en conjunto, más 0,20 m² por plaza a partir de las 60 plazas.
- 6) Tener sala de estar con una superficie mínima de 40,00 m² en conjunto, más 0,20 m² por plaza a partir de las 60 plazas. Dicha sala tendrá comunicación con recepción-portería.
- 7) Tener sanitarios para público, diferenciados por sexo, en relación directa con la sala de estar.
- 8) Tener calefacción y refrigeración en todos los ambientes, por sistemas centrales o descentralizados de manejo centralizado autorizados por el Organismo competente.
- 9) Todos los departamentos estarán equipados con radio, teléfono para comunicación interior y con salida al exterior, conexión a Internet y televisión.
- 10) Tener espacio para estacionamiento cuyo número de cocheras cubiertas sea igual o mayor al 40% del total de los departamentos, pudiendo estar integradas al edificio o ubicadas en sus adyacencias hasta 150 metros.
- 11) Poseer pileta de natación, cuya superficie mínima será de 50 m² y en proporción de 0.50 m² por plaza con que cuente el establecimiento. Con una profundidad promedio de 1.20 m. En localizaciones en centros urbanos de más de 40.000 habitantes, este requisito es optativo.
- 12) En el caso de tener tres o más plantas, además del ascensor principal requerido, deberá tener un ascensor de servicio independiente.

Artículo 14º.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase APART-HOTEL, categoría 2 ESTRELLAS, los siguientes:

- 1) Los ambientes dormitorio deberán tener una superficie mínima de:
 - a) Simples y dobles: 12,00 m².
 - b) Triples: 14,00m².
 - c) Lado mínimo de los ambientes: 3.00 m.
- 2) La superficie mínima de los baños será de 3,20 m², siendo su lado mínimo 1,50 m.
- 3) La superficie mínima de la kichenette será de 3,20 m², siendo su lado mínimo de 1,50 m.
- 4) La superficie del estar-comedor de la unidad de alojamiento, con un mínimo de 10.50 m², deberá tener una superficie de 5.00 m² por persona.
- 5) La superficie mínima de la Recepción y Portería será de 20,00 m² en conjunto más 0,20 m² por plaza a partir de las 60 plazas.
- 6) Tener sala de estar con una superficie mínima de 30,00 m² en conjunto, más 0,20 m² por plaza a partir de las 60 plazas. Dicha sala tendrá comunicación con recepción-portería.
- 7) Tener sanitarios para público, diferenciados por sexo, en relación directa con la sala de estar.
- 8) Tener calefacción y acondicionamiento térmico, en todos los ambientes, por sistemas autorizados por el Organismo competente.
- 9) Todos los departamentos estarán equipados con radio, teléfono para comunicación interior y con salida al exterior y televisión.
- 10) Tener espacio para estacionamiento cuyo número de cocheras cubiertas sea igual o mayor al 30% del total de los departamentos, pudiendo estar integradas al edificio o ubicadas en sus adyacencias hasta 150 metros.

Artículo 15°.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase APART-HOTEL, categoría 1 ESTRELLA, los siguientes:

- 1) Los ambientes dormitorio, deberán tener las siguientes superficies mínimas:
 - a) Simples y dobles: 10,00 m².
 - b) Triples: 12,50m².
 - c) Lado mínimo de los ambientes: 3.00 m.
- 2) La superficie mínima de los baños será de 3,20 m², siendo su lado mínimo 1,50 m.
- 3) La superficie mínima de la kichenette será de 2,25 m².
- 4) La superficie del estar-comedor de la unidad de alojamiento, con un mínimo de 9.00 m², deberá tener una superficie de 4.50 m² por persona.
- 5) La superficie mínima de la Recepción y Portería será de 15,00 m² en conjunto, más 0,20 m² por plaza a partir de las 60 plazas.
- 6) Tener sala de estar con una superficie mínima de 25,00 m² en conjunto, más 0,20 m² por plaza a partir de las 60 plazas. Dicha sala tendrá comunicación con recepción-portería.
- 7) Tener sanitarios para público, diferenciados por sexo, en relación directa con la sala de estar.
- 8) Tener calefacción y acondicionamiento térmico, en todos los ambientes, por sistemas autorizados por el Organismo competente.
- 9) Todos los departamentos estarán equipados con radio, teléfono para comunicación interior y con salida al exterior y televisión.
- 10) Tener espacio para estacionamiento cuyo número de cocheras cubiertas sea igual o mayor al 20% del total de los departamentos, pudiendo estar integradas al edificio o ubicadas en sus adyacencias hasta 150 metros.

IV. ESPECIFICACIONES PARA LA CLASE HOSTERIA Y/O POSADA

Artículo 16°.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase HOSTERIA y/o POSADA, Categoría 3 ESTRELLAS, los siguientes:

- 1) Ocupar como máximo un 40% de la superficie del predio. Factor de Ocupación de Suelo 0.4.
- 2) Todas las unidades de alojamiento deberán tener baño privado.
- 3) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:
 - a) Habitación Simple y Doble: 10.50 m².
 - b) Habitación Triple: 13.50 m².
 - c) Lado mínimo de las habitaciones: 3.00 m.
- 4) La superficie mínima de los baños privados de las habitaciones simples y dobles será de 3,00 m², siendo su lado mínimo de 1,50 m, y la de los baños triples de 4,00 m², debiendo estar, en este último caso, zonificado.
- 5) Tener locales destinados a recepción y portería con una superficie mínima de 30 m² en conjunto, incrementándose 0,20 m² por plaza adicional.
- 6) Tener sala de estar con una superficie mínima de 30 m² y que esté en comunicación directa con la recepción, incrementándose 0,20 m² por plaza adicional. Esta sala deberá tener servicios sanitarios para público, diferenciados por sexo, y estará equipada con sillones y mesas bajas para posibilitar la permanencia de los turistas en condiciones de confort.

- 7) Tener comedor-desayunador, cuya superficie mínima será de 1,50 m² por plaza, incrementándose 0,20 m² por plaza adicional. En caso de no prestarse el servicio de comedor, esta proporción será de 0,50 m² por plaza. El servicio de comida será obligatorio en los casos de establecimientos situados en localidades de menos de 10.000 habitantes.
- 8) Tener espacio para estacionamiento vehicular en un número de cocheras igual o mayor al cincuenta por ciento (50%) del total de las unidades de alojamiento, este espacio estará cubierto en un 50%, pudiendo estar integrado al edificio del establecimiento o en sus adyacencias hasta ciento cincuenta metros (150 m).
- 9) Tener calefacción y acondicionamiento térmico en todos los ambientes, por sistemas individuales y/o centrales o descentralizados de manejo centralizado, debidamente autorizado por el Organismo competente.
- 10) Contar con pileta de natación cuya superficie mínima será de 50,00 m², y en una proporción de 0.50 m² por plaza con que cuente el establecimiento. Con una profundidad promedio de 1,20 m en toda su extensión.
- 11) Las habitaciones estarán equipadas con televisión y teléfono para comunicación interior y exterior al establecimiento.
- 12) Ofrecer los servicios complementarios de desayuno, refrigerio y bar.
- 13) Tener salón de recreo para niños, integrado al edificio, y juegos ubicados en el exterior, dentro de la superficie del predio ocupado por el establecimiento el sector de juegos podrá incluirse en la superficie del espacio verde requerido.
- 14) Contar con servicio de mensajería, lavandería y mucamas.

Artículo 17º.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase HOSTERIA y/o POSADA, Categoría 2 ESTRELLAS, los siguientes:

- 1) Ocupar como máximo un 50% de la superficie del predio. Factor de Ocupación de Suelo 0.5.
- 2) Todas las unidades de alojamiento deberán tener baño privado.
- 3) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:
 - a) Habitación Simple y Doble: 10.50 m².
 - b) Habitación Triple: 13.50 m².
 - c) Lado mínimo de las habitaciones: 3.00 m.
- 4) Las habitaciones dobles deberán representar como mínimo el 70% del total. Las habitaciones simples, triples y departamentos no podrán exceder en conjunto del 30% del total.
- 5) La superficie mínima de los baños privados de las habitaciones simples y dobles será de 3,00 m², siendo su lado mínimo de 1,50 m, y la de los baños triples de 4,00 m², debiendo estar, en este último caso, zonificado.
- 6) Recepción y portería locales con una superficie mínima de 20 m². Incrementándose 0,20 m² por plaza cuando la capacidad del establecimiento supere las diez plazas.
- 7) Tener sala de estar con una superficie mínima de 30 m² incrementándose 0,20 m² por plaza cuando la capacidad del establecimiento supere las diez plazas. Deberá estar en comunicación directa con la recepción. Deberá tener servicios sanitarios para público, diferenciados por sexo.
- 8) Tener comedor-desayunador, cuya superficie mínima será de 1,50 m² por plaza. En caso de no prestarse el servicio de comedor, esta proporción será de 0,50 m² por

plaza. El servicio de comida será obligatorio en los casos de establecimientos situados en localidades de menos de 5.000 habitantes.

9) Tener espacio para estacionamiento vehicular en un número de cocheras igual o mayor al cincuenta por ciento (50%) de las habitaciones, pudiendo estar integrado al edificio del establecimiento o en sus adyacencias hasta ciento cincuenta metros (150 m).

10) Tener calefacción y acondicionamiento térmico en todos los ambientes, por sistemas autorizado por el Organismo competente.

11) Las habitaciones estarán equipadas con televisión y teléfono para comunicación interior y exterior al establecimiento.

12) Ofrecer los servicios complementarios de desayuno, refrigerio y bar.

13) Contar con servicio de mensajería, lavandería y mucamas.

Artículo 18°.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase HOSTERIA y/o POSADA, Categoría 1 ESTRELLA, los siguientes:

1) Tener un mínimo de CINCO (5) unidades de alojamiento.

2) Ocupar un máximo un 60% de la superficie del predio. Factor de Ocupación de Suelo 0.6.

3) Todas las unidades de alojamiento deberán tener baño privado.

4) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:

d) Habitación Simple y Doble: 10.50 m².

e) Habitación Triple: 13.50 m².

f) Habitación Cuádruple: 16.0 m².

g) Lado mínimo de las habitaciones: 3.00 m.

5) Las habitaciones dobles deberán representar como mínimo el 60% del total. Las habitaciones simples, triples, cuádruples y departamentos no podrán exceder en conjunto del 40% del total.

6) La superficie mínima de los baños privados de las habitaciones simples y dobles será de 3,00 m², siendo su lado mínimo de 1,50 m, y la de los baños de las triples y cuádruples de 4,00 m², debiendo estar, en este último caso, zonificado.

7) Tener local de recepción y portería con una superficie mínima de 10 m². Incrementándose 0,20 m² por plaza cuando la capacidad del establecimiento supere las diez plazas.

8) Tener sala de estar con una superficie mínima de 25 m² más 0,20 m² por plaza adicional.

9) Tener comedor-desayunador, cuya superficie mínima será de 1,50 m² por plaza. En caso de no prestarse el servicio de comedor, esta proporción será de 0,50 m² por plaza.

10) Tener calefacción en todos los ambientes, incluidos los baños, por sistemas centrales o descentralizados de manejo centralizado, debidamente autorizado por el Organismo competente.

11) Ofrecer los servicios complementarios de desayuno, refrigerio.

12) Contar con servicio de mensajería, lavandería y mucamas.

V. ESPECIFICACIÓN PARA LA CLASE MOTEL

Requisitos particulares por categoría

Artículo 19º.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase MOTEL, Categoría 3 ESTRELLAS, los siguientes:

- 1) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:
 - a) Habitación simple y doble: 9.00 m².
 - b) Habitación triple: 10.50 m².
 - c) Lado mínimo de las habitaciones: 3.00 m.
- 2) Las habitaciones triples y departamentos no deberán exceder en su conjunto del 30% del total.
- 3) Las superficies mínimas de los baños privados será de 3.00 m², siendo el lado mínimo de 1,50 m. Contando con el siguiente equipamiento fijo: lavabo, bidet, inodoro y ducha, con accesorios correspondientes.
- 4) Tener locales destinados a recepción y portería con una superficie mínima de 30 m², incrementándose 0,20 m² por plaza adicional.
- 5) Tener sala de estar, desayunador y bar con una superficie mínima de 40,00 m², más 0,50 m² por plaza a partir de las 60 plazas, en relación directa con la recepción. Deberá contar con servicios sanitarios para público independientes para cada sexo.
- 6) Tener totalidad de las cocheras cubierta.
- 7) Tener calefacción y refrigeración en todos los ambientes, por sistemas centrales o descentralizados de manejo centralizado, debidamente autorizado por el Organismo competente.
- 8) Todas las habitaciones estarán equipadas con radio, televisión y teléfono para comunicación interior y con salida al exterior.
- 9) Ofrecer al público, además del servicio de alojamiento, los de desayuno, refrigerio y bar.
- 10) Las cocheras integradas a la unidad de alojamiento, deberán tener 15 m² la superficie como mínimo y un lado mínimo de 2.50 m y permitir el acceso a la unidad de alojamiento. El cerramiento de cochera deberá ser autorizado.
- 11) Deberá tener circulaciones internas que permitan vincular las unidades de alojamiento con las salas de estar, portería, recepción y comedor, deberán ser cubiertas.

Artículo 20º.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase MOTEL, Categoría 2 ESTRELLAS, los siguientes:

- 1) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:
 - a) Habitación simple y doble: 9.00 m².
 - b) Habitación triple: 10.50 m².
 - c) Lado mínimo de las habitaciones: 3.00 m.
- 2) Las habitaciones triples y departamentos no deberán exceder en su conjunto del 30% del total.
- 3) La superficie mínima de los baños privados será de 3.00 m², siendo el lado mínimo de 1,50 m. Contando con el siguiente equipamiento fijo: lavabo, bidet, inodoro y ducha, con accesorios correspondientes.
- 4) Tener locales destinados a recepción y portería con una superficie mínima de 20.00 m², incrementándose 0,20 m² por plaza adicional.

- 5) Tener sala de estar, desayunador y bar con una superficie mínima de 30,00 m², más 0,25 m² por plaza a partir de las 50 plazas, en relación directa con la recepción. Deberá contar con servicios sanitarios para público independientes para cada sexo.
- 6) Tener cocheras cubiertas en un porcentaje del 50% del total.
- 7) Tener calefacción y acondicionamiento térmico en todos los ambientes, por sistemas, debidamente autorizado por el Organismo competente.
- 8) Todas las habitaciones estarán equipadas con radio, televisión y teléfono para comunicación interior y con salida al exterior.
- 9) Ofrecer al público, además del servicio de alojamiento, los de desayuno, refrigerio y bar.
- 10) Las cocheras integradas a la unidad de alojamiento, deberán tener 15 m² la superficie como mínimo y un lado mínimo de 2.50 m y permitir el acceso a la unidad de alojamiento. Las mismas deberán poseer cerramiento.
- 11) Deberán tener circulaciones que permitan vincular las unidades de alojamiento con las salas de estar, portería, recepción y comedor, deberán ser cubiertas.

Artículo 21º.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase MOTEL, Categoría 1 ESTRELLA, los siguientes:

- 1) Tener una capacidad mínima de VEINTE (20) plazas en DIEZ (10) habitaciones, todas con baño privado.
- 2) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:
 - a) Habitación simple y doble: 9.00 m².
 - b) Habitación triple: 10.50 m².
 - c) Lado mínimo de las habitaciones: 3.00 m.
- 3) Las superficies mínimas de los baños privados será de 3.00 m², siendo el lado mínimo de 1,50 m. Contando con el siguiente equipamiento fijo: lavabo, bidet, inodoro y ducha, con accesorios correspondientes.
- 4) Tener locales destinados a recepción y portería con una superficie mínima de 15 m², incrementándose 0,20 m² por plaza adicional.
- 5) Tener sala de estar, desayunador y bar con una superficie mínima de 25,00 m², más 0,25 m² por plaza a partir de las 40 plazas, en relación directa con la recepción. Deberá contar con servicios sanitarios para público independientes para cada sexo.
- 6) Tener cocheras cubierta o descubierta, pudiéndose utilizar mallas tipo media sombra o similar, para el caso de las descubiertas.
- 7) Poseer calefacción y acondicionamiento térmico en todos los ambientes, por sistemas debidamente autorizado por el Organismo competente.
- 8) Todas las habitaciones estarán equipadas con radio, televisión y teléfono.
- 9) Ofrecer al público, además del servicio de alojamiento, los de desayuno, refrigerio y bar.
- 10) Las cocheras integradas a la unidad de alojamiento, deberán tener 15 m² la superficie como mínimo y un lado mínimo de 2.50 m y permitir el acceso a la unidad de alojamiento.
- 11) Deberán tener circulaciones que permitan vincular las unidades de alojamiento con las salas de estar, portería, recepción y comedor, deberán ser cubiertas.

VI. ESPECIFICACIONES PARA LA CLASE HOSTAL

Requisitos generales.

Artículo 22º.- Son requisitos mínimos generales para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase HOSTAL.

- 1) Ofrecer los servicios de alojamiento en viviendas o edificios de valor arquitectónico, histórico- patrimonial, contando con locales destinados a dormitorio, baño, comedor, estar, comedor y cocina, debidamente amoblados y equipados.
- 2) Para cumplimentar los requisitos relativos a valores arquitectónicos, se realizará una presentación ante el Organismo de Aplicación de la ley y el presente decreto acreditando a través de planos, material fotográfico, documentación histórica, la importancia del inmueble a clasificar.
- 3) Cumplimentar la normativa referida a condiciones de habitabilidad referida a los locales habitables.
- 4) Poseer los servicios de agua fría y caliente, electricidad, gas, y efluentes cloacales conforme a las normativas de los Organismos competentes.
- 5) Poseer las condiciones de higiene y salubridad otorgados previa inspección anual por el municipio donde se ubique la unidad habitacional o dentro de su ejido urbano en el caso de hallarse en zona rural.
- 6) En caso de no poder acreditar el anterior requisito o algunos de los citados precedentemente, el Organismo de Aplicación de la presente ley establecerá las condiciones para su cumplimiento.

Artículo 23º.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase HOSTAL categoría 3 estrellas.

- 1) Poseer pileta de natación.
- 2) Poseer área parqueizada.
- 3) Ofrecer servicios de comidas y desayuno.
- 4) Ofrecer los servicios de agua caliente las 24 horas.
- 5) Ofrecer servicios de teléfono, fax, correo electrónico, e-mail.
- 6) Ofrecer servicios de personal bilingüe.
- 7) Poseer calefacción y acondicionamiento térmico en todos los ambientes.
- 8) Poseer TV 20” en todas las unidades de alojamiento y salas de estar.
- 9) Poseer servicio de radio en las unidades de alojamiento.
- 10) Poseer estacionamiento cubierto para automóviles.
- 11) Ofrecer servicio de limpieza, lavandería, mucamas y mensajería.

Artículo 24º.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase HOSTAL, Categoría 2 estrellas.

- 1) Ofrecer servicio de comida y desayuno.
- 2) Ofrecer los servicios de agua caliente las 24 horas.
- 3) Ofrecer servicio de teléfono y fax.
- 4) Poseer calefacción y acondicionamiento térmico en todos los ambientes.
- 5) Poseer TV y radio en todas las unidades de alojamiento.
- 6) Poseer estacionamiento para automóviles.
- 7) Ofrecer servicio de limpieza, lavandería y mucamas.

Artículo 25°.- Son requisitos mínimos particulares para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase HOSTAL, categoría 1 estrella los siguientes:

- 1) Ofrecer servicio de desayuno.
- 2) Ofrecer servicio de teléfono y fax.
- 3) Ofrecer los servicios de agua caliente las 24 horas.
- 4) Poseer calefacción en todos los ambientes.
- 5) Ofrecer servicio de limpieza, lavandería y mucamas.

NOTA: El Organismo de Aplicación de la ley y el presente decreto Reglamentario podrá adaptar algunos de los requisitos requeridos para esta clase, y establecer las excepciones del caso, ya que por su singularidad esta clase merece la atención particularizada de las condiciones del alojamiento propuesto.

VII. ESPECIFICACIONES PARA LA CLASE RESIDENCIAL

Requisitos particulares por categorías.

Artículo 26°.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase RESIDENCIAL, Categoría A, los siguientes:

- 1) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:
 - a) Simples y dobles: 9,00 m².
 - b) Triples: 10,50 m².
 - c) Cuádruples: 16,00 m².
 - d) Lado mínimo de las habitaciones: 3.00 m.
- 2) Las habitaciones triples, cuádruples y departamentos, en conjunto no podrán exceder del 40% del total.
- 3) Los baños deberán tener el siguiente equipamiento mínimo: lavabo con espejo iluminado, inodoro, bidet y ducha o receptáculo, con los correspondientes accesorios mínimos (jaboneras, estante, toalleros) y tomacorriente, debiendo contar con servicio de agua fría y caliente mezclables en todos los artefactos.
- 4) Tener local destinado a Recepción y Portería con una superficie mínima de 9,00 m² incrementándose 0,20 m² por plaza adicional.
- 5) Deberá poseer una Sala de estar- Comedor- desayunador, con una superficie mínima de 16,00 m² incrementándose 0,20 m² por plaza a partir de las diez (10) plazas.
- 6) Deberá contar con teléfono, botiquín de primeros auxilios y protección contra incendio según normas y habilitación del Organismo competente.
- 7) Poseer calefacción y acondicionamiento térmico de acuerdo a normas del organismo competente.
- 8) El personal de servicio deberá estar uniformado para su identificación.
- 9) Deberá contar con servicio sanitario para personal diferenciado por sexo.
- 10) Deberá brindar servicio de bar y comida.
- 11) Deberá prestar servicio de limpieza, lavandería y mucamas.
- 12) Poseer estacionamiento cubierto en un porcentaje no menor al 50% de la cantidad de unidades de alojamiento.

Artículo 27°.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase RESIDENCIAL, Categoría B, los siguientes:

- 1) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:
 - a) Simples y dobles: 9,00 m².
 - b) Triples: 10,50 m².
 - c) Cuádruples: 16,00 m².
 - d) Lado mínimo de las habitaciones: 3.00 m.
- 2) Las habitaciones triples, cuádruples y departamentos, en conjunto no podrán exceder del 60% del total.
- 3) Los baños deberán tener el siguiente equipamiento mínimo: lavabo con espejo iluminado, inodoro, bidet y ducha o receptáculo, con los correspondientes accesorios mínimos (jaboneras, estante, toalleros) y tomacorriente, debiendo contar con servicio de agua fría y caliente mezclables en todos los artefactos.
- 4) Tener local destinado a Recepción y Portería con una superficie mínima de 6,00 m² incrementándose 0,20 m² por cada plaza, a partir de las diez (10) plazas.
- 5) Tener una Sala de estar con una superficie mínima de 9,00 m², incrementándose 0,20 m² por cada plaza, a partir de las diez (10) plazas.
- 6) Deberá contar con teléfono, botiquín de primeros auxilios y protección contra incendio según normas y habilitación del Organismo competente.
- 7) Poseer calefacción y acondicionamiento térmico de acuerdo a normas del organismo competente.
- 8) El personal de servicio deberá estar uniformado para su identificación.
- 9) Deberá contar con servicio sanitario para personal.
- 10) Deberá ofrecer servicio de bar.
- 11) Deberá ofrecer servicio de limpieza, lavandería y mucamas.
- 12) Poseer estacionamiento de vehículos en un porcentaje no menor al 50% de la cantidad de unidades de alojamiento.

Artículo 28°.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase RESIDENCIAL, Categoría C, los siguientes:

- 1) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:
 - a) Simples y dobles: 9,00 m².
 - b) Triples: 10,50 m².
 - c) Cuádruples: 16,00 m².
 - d) Lado mínimo de las habitaciones: 2.80 m.
- 2) Las habitaciones triples, cuádruples y departamentos, en conjunto no podrán exceder del 60% del total.
- 3) Los baños deberán tener el siguiente equipamiento mínimo: lavabo con espejo iluminado, inodoro, bidet y ducha o receptáculo, con los correspondientes accesorios mínimos (jaboneras, estante, toalleros) y toma corriente debiendo contar con servicio de agua fría y caliente mezclables.
- 4) Tener local destinado a Recepción y Portería con una superficie mínima de 6,00 m² incrementándose 0,20 m por cada plaza adicional que supere las mínimas establecidas.
- 5) Tener una Sala de estar, con una superficie mínima de 9,00 m² incrementándose 0,20 m por cada plaza adicional que supere las mínimas establecidas.
- 6) Deberá contar con teléfono, botiquín de primeros auxilios y protección contra incendio según normas y habilitación del Organismo competente.
- 7) Las habitaciones estarán correctamente identificadas.

- 8) Poseer acondicionamiento térmico en los ambientes.
- 9) El personal deberá estar uniformado para su identificación.
- 10) Deberá contar con servicio sanitario para personal.
- 11) Ofrecer servicio de limpieza, lavandería y mucamas.

VIII. ESPECIFICACIONES PARA LA CLASE ALBERGUE

Requisitos generales

Artículo 29º.- son condiciones generales mínimas para que un establecimiento pueda ser encuadrado en la Clase ALBERGUE, las siguientes:

- 1) Las unidades de alojamiento poseerán una superficie mínima de 2.50 m² por plaza, con un mínimo de 4 plazas y un lado mínimo de 3.00 m. Las puertas de las habitaciones poseerán un ancho mínimo de 0.80 m.
- 2) En el cálculo de superficies de habitaciones, deberán excluirse placares y accesos.
- 3) El equipamiento básico será de camas individuales o camas cuchetas, con una dimensión mínima de 0.80 m por 1.95 m, las que contarán con la ropa de cama correspondiente.
- 4) Los baños podrán ser comunes. Deberán estar zonificados en tres sectores destinados a lavabos, inodoros/mingitorios y duchas, y separados por sexo, contando con el siguiente equipamiento:
 - a) Lavabos con agua fría y caliente mezclables. En relación de 1 cada 5 plazas o fracción.
 - b) Receptáculo con ducha, individuales provistos de mampara o cortina y con servicio permanente de agua fría y caliente mezclables, en relación de 1 a 5 plazas o fracción.
 - c) Inodoro. En área femenina: 1 cada 4 plazas o fracción. En área masculina: 1 cada 5 plazas o fracción.
 - d) Mingitorios: 1 de cada 10 plazas o fracción.
 - e) Espejo con iluminación adecuada sobre mesada.
 - f) Accesorios sanitarios: repisa, jaboneras para lavabo y ducha, toalleros, percheros, porta rollo para papel, porta vasos y agarradera.
 - g) Tomacorrientes combinado.
 - h) Los paramentos de los baños deberán estar revestidos con material impermeable hasta una altura de 2,00m. El piso del sector duchas deberá ser antideslizante.
- 5) Todos los ambientes deberán en todos los casos respetar condiciones de ventilación e iluminación según Código de Edificación de la localidad donde se ubique el establecimiento. En caso de no existir dicho instrumento normativo en el área de localización del establecimiento, deberán cumplimentarse las disposiciones del Código de Edificación de la Municipalidad de Córdoba.
- 6) El suministro de agua será de doscientos (200) litros por persona y por día, debiendo preverse una reserva de agua para atención de incendios en un porcentaje no inferior al diez por ciento (10%) del total antes exigido por plaza. En todos los casos el agua destinada a consumo e higiene personal deberá cumplir con las

condiciones de potabilidad vigentes en la Provincia.

7) Contar con sistemas y/o elementos de calefacción ajustados a normas vigentes en la materia.

8) Contar con locales de uso común destinados a recepción, portería y sala de estar-comedor-desayunador y cocina, con una superficie mínima de 2,00m² por plaza, con un mínimo de 20m².

9) Contar locales comunes destinados a la preparación de comidas y el lavado de ropa por parte de los huéspedes. Deberá proveerse de los utensilios de cocina y de la vajilla correspondiente.

10) Poseer servicio telefónico.

11) El Organismo de Aplicación determinará por Resolución las categorías de este tipo de establecimientos, de acuerdo a sus particulares condiciones de localización, (urbano o rural), a la diversidad de servicios que se presten y la calidad de los mismos, (Espacios al aire libre, playones, polideportivos, salas de usos múltiples, natatorios, gimnasio, etc..)

IX. ESPECIFICACIONES PARA LA CLASE APART-CABAÑAS

Generales

Artículo 30º.- Son requisitos generales mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase APART-CABAÑAS los siguientes:

1) Cada cabaña estará compuesta como mínimo de un dormitorio con capacidad y comodidades para dos personas, baño, cocina o kichenette y estar-comedor debidamente amoblado y equipado.

2) La edificación del conjunto de las cabañas y edificios complementarios deberá respetar un FOS (Factor de Ocupación de Suelo) máximo de 0.15 (15% de la superficie del predio donde se localiza). Las cabañas y edificaciones que componen el conjunto deberán estar separadas entre sí, y de cualquier otra edificación, y de los límites del terreno que ocupan por una distancia no menor de 8.00m. y de acuerdo a lo que establezca la reglamentación para cada categoría. En los casos de cabañas apareadas y/o adosadas unas a otras, solo podrán hacerlo en grupos de dos y utilizando para ello no más de un lado de cada una de las cabañas.

3) En los conjuntos de cabañas, el predio de localización deberá contar con calles internas de circulación peatonal y vehicular las que serán correctamente delimitadas y ejecutadas.

4) Cada unidad deberá tener espacio propio para estacionamiento a la unidad.

5) Contar con iluminación exterior en todo el predio.

6) Deberá contar con servicio de limpieza y de recolección de residuos.

7) Deberán contar con servicios de mucamas.

- 8) Deberá contar con los servicios de agua, luz eléctrica y gas, cumplimentando las normativas de los organismos competentes referido provisión e instalación de agua fría y caliente, energía eléctrica, gas y sistema de protección contra incendios.
- 9) Cada una deberá contar con sistema de identificación.
- 10) Cada una deberá tener un tendedero o lugar de secado de ropa.
- 11) Cada unidad contará con una galería o quicho con asador, que podrá albergar a su vez la función de cochera.
- 12) Contar con botiquín de primeros auxilios.
- 13) Los Apart-Cabañas, deberán reunir como mínimo un conjunto de tres o más de tres cabañas, y deberán contar con Recepción independiente ubicada dentro del predio con una superficie mínima de doce (12) m², dotada de servicios sanitarios.

AMBIENTES Y EQUIPOS

14) Dormitorio. Se considerará aquellos locales destinados exclusivamente a esa actividad. Tendrá ventilación directa al exterior y estará dotada del siguiente equipamiento:

- a) Camas individuales cuyas dimensiones mínimas serán de 0.80m. por 1.95m. Los colchones serán de un espesor mínimo de 0.18m.
- b) Un sillón, butaca o silla por ambiente y una mesita escritorio de 0.80m. por 0.60m.
- c) Un armario o placard, con las dimensiones apropiadas para guardar ordenadamente la ropa y efectos personales de los huéspedes en cantidad suficiente.
- d) Una lámpara o aplique de cabecera para cada plaza.

14) La superficie mínima de los locales dormitorios será la siguiente:

- a) Simple y doble: 9.00m²
- b) Triple: 13.50m²
- c) Cuádruple: 16.50m²

d) Lado mínimo de las habitaciones con destino dormitorio: 3.00m.

15) El lado mínimo de los otros locales será de 3.00m., excepto para el caso de baño y cocina, donde será de 1,60m. Cuando el techo de la habitación sea de fuerte pendiente y actúe como cierre lateral las superficies y el lado mínimo de las habitaciones deberán considerarse sin tener en cuenta el espacio residual de las zonas cercanas del encuentro del piso y el parámetro de cierre del techo.

16) La altura mínima de los locales habitables será de 2,20m. Cuando el techo de la habitación sea de fuerte pendiente y actúe como cierre lateral, la altura mínima del sector habitable no podrá ser inferior a 2,00 m. Para el calculo de las superficies no se tendrá en cuenta el espacio residual de las zonas cercanas al encentro de piso con

el parámetro inclinado de techo, que no superen los 2,00m. de altura.

17) Baño. El local destinado a sanitario podrá ventilar directamente al exterior o a través de conducto de ventilación. Contará con el siguiente equipo:

- a) Lavabos con servicio permanente de agua fría y caliente mezclables.
- b) Bañera o receptáculo con ducha provisto de mampara o cortina con servicio permanente de agua fría y caliente mezclable.
- c) Inodoro.
- d) Bidet independiente de otro artefacto con servicio de agua fría y caliente mezclable.
- e) Espejo sobre lavabo con iluminación adecuada.
- f) Accesorios sanitarios: repisa, jaboneras, para lavabo, ducha y bidet, toallones, percheros, portarrollos, portavasos y agarradera.
- g) Tomacorrientes combinado.
- h) Los paramentos de los baños deberán estar revestidos con material impermeable hasta una altura mínima de 2,00m., azulejos o cerámicos esmaltados.

La superficie mínima de baños será de 3,00 m² y su lado mínimo será de 1,50m.

18) Estar-comedor. La superficie del local estará en relación directa con la capacidad de plazas fijadas para la unidad, con un mínimo de 12,00m² y de acuerdo a lo que se establezca para cada categoría. Contará con mesa y cuatro sillas como mínimo, las que se incrementarán según el crecimiento de las plazas. La sala estar contará con sillones o similar equipamiento.

19) La cocina deberá contar como mínimo con una superficie de 6,00m² y equipada con cocina, con horno, una piletta con agua caliente y fría mezclables, mesada, armario o alacena con capacidad para utensilios y víveres, una heladera, disponiendo además, de equipo extractor.

20) Cada unidad estará equipada, como mínimo, con:

- a) Vajilla, cubiertos y cristalería con medio juego americano (4 pieza cada una de ellas) y con batería de cocina adecuada a la cantidad de plazas contando como mínimo con una cacerola chica y mediana, y una sartén grande y una chica, una pava, un hervidor, un colador de pastas y uno de té, un jarro de mano todo en perfectas condiciones de uso;
- b) cada unidad deberá contar con un mínimo por día y por plaza con un juego de una toalla de mano y un toallón de baño, papel higiénico y jabón de tocador;
- c) deberá contar con ropa de cama adecuada, debiéndose cambiar como mínimo dos veces a la semana
- d) contar con aparato de televisión

21) Tener calefacción en todos los ambientes, por sistemas centrales o

descentralizados, de manejo individual.

Requisitos particulares por categoría

Artículo 31º.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase APART-CABAÑAS Categoría 3 ESTRELLAS, los siguientes:

De las Cabañas:

- 1) Tener capacidad mínima de dos (2) plazas por cabaña, contando con sala de estar, cocina, comedor, dormitorio y baño.
- 2) Cada cabaña deberá estar separada una de otra, y de cualquier otra edificación, y de los límites del terreno a una distancia no menor de 10,00m. En esta categoría no está permitido el apareamiento de cabañas.
- 3) En todos los casos deberá existir una habitación privada como mínimo con capacidad para dos (2) plazas.
- 4) Cada cabaña deberá contar con una sala de estar-comedor con una superficie mínima de 16,00 m² para las primeras cuatro (4) primeras plazas, incrementándose en un (1) m² por cada plaza subsiguiente, con un lado mínimo de 3,00m.
- 5) Contar con servicio telefónico, interno y directo al exterior.
- 6) La superficie mínima de la cocina será de 6,00m² siendo su lado mínimo de 1,50m. Además del equipamiento requerido en el art. 30 inc. 21, deberá poseer horno a microondas.
- 7) Contar con calefacción y acondicionamiento térmico en todos los ambientes.
- 8) Contar con protección contra insectos en todas las aberturas exteriores.
- 9) En caso de contar con estufa a leña, la leña será provista por el establecimiento.
- 10) Tener una cochera cubierta por cabaña integrada a la misma.
- 11) Poseer quincho o galería cubierta con asador de una superficie mínima de 13,00m².

Este espacio puede ser compartido por el de la cochera.

Del Conjunto:

- 12) Tener Recepción y Portería con una superficie mínima de 15,00m² más 0,20m² por plaza a partir de las 20 plazas.
 - 13) Tener Sala de Estar de una superficie mínima de 35,00m² más 0,50m² por plaza a partir de las 20 plazas, que deberá contar con servicio sanitario diferenciado por sexo.
 - 14) Contar con servicio de vigilancia permanente.
 - 15) Contar con un área de juegos de niños.
 - 16) Contar con pileta de natación con una superficie mínima de 30m² hasta 20 plazas, aumentándose 1m² por plaza adicional con profundidad promedio de 1,20m. Se incorporará área de pileta para niños con profundidad promedio de 0,50m. y con cercado perimetral de protección.
- Deberá contar con equipo de purificación de agua.

- 17) Contar con servicios de teléfono-fax, conexión a Internet y mensajería.
- 18) Contar con servicio de cajas de seguridad para uso de los alojados.
- 19) Contar con personal bilingüe.
- 20) Deberá contar con mínimo con espacios e instalaciones apropiadas para la práctica deportiva de por lo menos dos deportes (Fútbol, volley, tenis, padle, basket, etc.)
- 21) Ofrecer servicio de limpieza, lavandería y mucamas.

Artículo 32°.- Son requisitos mínimos y permanentes para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase APART-CABANA Categoría 2 ESTRELLAS, los siguientes:

De las Cabañas:

- 1) Cada cabaña deberá estar separada una de otra, y de cualquier edificación y de los límites del terreno a una distancia no menor de 8,00m.
- 2) Tener capacidad mínima de dos (2) plazas por cabaña, contando con sala de estar, cocina, comedor, dormitorio y baño.
- 3) En todos los casos deberá existir una habitación privada con capacidad como mínimo para dos (2) plazas.
- 4) Tener un ambiente estar-comedor cuya superficie mínima será de 14,00m² para cuatro (4) plazas, incrementándose en 1,00m² por cada plaza subsiguiente, con un lado mínimo de 3,00m.
- 5) La cocina tendrá una superficie mínima de 5,00m², con un lado mínimo de 1,50m., pudiendo estar integrada con el estar-comedor. En este caso se computará la suma de ambas superficies como total del ambiente único resultante.
- 6) Contar con protección anti-insectos en todas las aberturas exteriores.
- 7) Contar con calefacción y acondicionamiento térmico en todos los ambientes. En caso de contar con estufa a leña, la leña será provista por el establecimiento.
- 8) Tener una cochera cubierta por cabaña integrada a la misma.
- 9) Poseer quincho o galería cubierta con asador de una superficie mínima de 12,00m². Este espacio puede ser compartido por el de la cochera.

Del Conjunto:

- 1) El predio deberá estar convenientemente cerrado y delimitado, poseyendo calles internas de circulación peatonal y vehicular las que serán correctamente delimitadas y ejecutadas.
 - 2) Tener Recepción y Portería con una superficie mínima de 15,00m² más 0,20m² por plaza a partir de las 20 plazas.
 - 3) Tener Sala de Estar de una superficie mínima de 25,00m² más 0,50m² por plaza a partir de las 20 plazas.
 - 4) Contar con un área de juegos de niños.
 - 5) Contar con servicio telefónico exterior para uso de los alojados.
 - 6) Contar con pileta de natación con una superficie mínima de 30,00m² hasta 20 plazas, aumentándose 0,50m² por plaza adicional con profundidad promedio de 1,20m; se incorporará un área de pileta para niños con profundidad promedio de 0,50m. y con cercado perimetral de protección.
- Deberá contar con sistema de purificación de agua.
- 7) Ofrecer servicio de limpieza, lavandería y mucamas.

Artículo 33°.- Son requisitos mínimos y permanentes para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase APART-CABAÑA Categoría 1 ESTRELLA, los siguientes:

De la cabaña:

- 1) Tener capacidad mínima de dos (2) plazas por cabaña, contando con sala de estar, cocina, comedor, dormitorio y baño.
- 2) Tener un ambiente estar-comedor-cocina cuya superficie mínima será de 12,00m², hasta las cuatro (4) plazas, a partir de las cuales se incrementará en 1,00m² por plaza, con un lado mínimo de 3,00m.

Del Conjunto:

- 3) Tener Recepción y Portería con una superficie mínima de 12,00m² más 0,20m² por plaza a partir de las 20 plazas.
- 4) Tener Sala de Estar de una superficie mínima de 20,00m² más 0,50m² por plaza a partir de las 20 plazas, contando con servicio sanitario diferenciado por sexo.
- 5) Contar con un área de juegos de niños.
- 6) Contar con servicio telefónico al exterior para uso de los alojados.
- 7) Contar con pileta de natación con una superficie mínima de 25,00m² hasta 20 plazas, aumentándose 0,50m² por plaza adicional con profundidad promedio de 1,20m. Deberá disponer de equipo de purificación de agua.

X. ESPECIFICACIONES PARA CONJUNTO DE CASAS Y/O DEPARTAMENTOS

Generales

Artículo 34°.- Son requisitos generales mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase CONJUNTO DE CASAS Y/O DEPARTAMENTOS los siguientes:

- 1) Contar con un mínimo de tres unidades.
- 2) Cada casa y/o departamento estará compuesta como mínimo de un dormitorio con capacidad y comodidades para dos personas, baño, cocina o kichenette y estar-comedor debidamente amoblado y equipado.
- 3) En los conjuntos de casas y/o departamentos (tres o más de tres) el predio de localización deberá contar con calles internas de circulación peatonal y vehicular las que serán correctamente delimitadas y ejecutadas.
- 4) Ocupar un predio, perfectamente cercado y delimitado. La edificación deberá respetar un FOS (Factor de Ocupación del Suelo) máximo de 0,6 (60% de la superficie del predio). Las casas y/o departamentos y edificaciones del conjunto podrán estar agrupadas.
- 5) Cada unidad deberá tener espacio propio para estacionamiento, integrado o no a la unidad.
- 6) Contar con iluminación exterior en todo el predio.
- 7) Todas las unidades deberán tener televisor .
- 8) El predio deberá estar asistido por el servicio de recolección de residuos urbano, o en su caso otro que lo reemplace.
- 9) Deberá contar con los servicios de agua, luz eléctrica y gas, cumplimentando las normativas de los organismos competentes referido provisión e instalación de agua fría y caliente, energía eléctrica, gas y sistema de protección contra incendios.

- 10) Cada unidad deberá contar con sistema de identificación
- 11) Cada unidad deberá tener un tendedero o lugar de secado de ropa.
- 12) Contar con botiquín de primeros auxilios.

AMBIENTES Y EQUIPOS

13) Se considerará aquellos locales destinados exclusivamente a esa actividad. Tendrá ventilación al exterior y estará dotada del siguiente equipamiento:

- a) Camas individuales cuyas dimensiones mínimas serán de 0,80m. por 1,95m. o dobles cuyas dimensiones mínimas serán de 1,40m. por 1,95m. Los colchones serán de un espesor mínimo de 0,18m.
- b) Un sillón, butaca o silla por ambiente y una mesa escritorio de 0,80m. por 0,60m.
- c) Un armario o placard, con las dimensiones apropiadas para guardar ordenadamente la ropa y efectos personales de los huéspedes en cantidad suficiente.
- d) Una lámpara o aplique de cabecera por cada plaza.

14) La superficie mínima de los locales dormitorios será la siguiente:

- a) habitación simple: 7,50m²
- b) habitación doble: 9,00m²
- c) habitación triple: 12,00m²
- d) habitación cuádruple: 14,00m²

15) Lado mínimo de las habitaciones con destino dormitorio: 2,80m.

16) El lado mínimo de los otros locales será de 3,00m., excepto para el caso de baño y cocina, donde será de 1,50m. Cuando el techo de la habitación sea de fuerte pendiente y actúe como cierre lateral las superficies y el lado mínimo de las habitaciones deberán considerarse sin tener en cuenta el espacio residual de las zonas cercanas del encuentro del piso y el parámetro de cierre del techo.

17) La altura mínima de los locales habitables será de 2,40m. Cuando el techo de la habitación sea de fuerte pendiente y actúe como cierre lateral, la altura mínima del sector habitable no podrá ser inferior a 2,00m. Para el cálculo de las superficies no se tendrá en cuenta el espacio residual de las zonas cercanas al encuentro de piso con el parámetro inclinado de techo, que no superen los 2,00m. de altura.

18) Baño. El local destinado a sanitario podrá ventilar directamente al exterior o a través de conducto de ventilación. Contará con el siguiente equipo:

- a) Lavabos con servicio permanente de agua fría y caliente mezclables.
- b) Bañera o receptáculo con ducha provisto de mampara o cortina con servicio permanente de agua fría y caliente mezclable.
- c) Inodoro.
- d) Bidet independiente de otro artefacto con servicio de agua fría y caliente mezclable.
- e) Espejo sobre lavabo con iluminación adecuada.
- f) Accesorios sanitarios: repisa, jaboneras, para lavabo, ducha y bidet, toallones, percheros, portarrollos, portavasos y agarradera.
- g) Tomacorrientes combinado.
- h) Los parámetros de los baños deberán estar revestidos con material impermeable hasta una altura mínima de 2,00m.

19) La superficie mínima de baños será de 3,00m² y su lado mínimo será de 1,40m.

20) Estar-comedor. La superficie del local estará en relación directa con la capacidad de plazas fijadas para la unidad, según los mínimos que se establezcan para cada

categoría. Contará con mesa y cuatro sillas como mínimo, las que se incrementarán según el crecimiento de las plazas. La sala de estar contará con sillones o similar equipamiento.

21) La cocina deberá contar como mínimo con cocina, una piletta con agua caliente y fría mezclables, mesada, armario o alacena con capacidad para utensilios y víveres, una heladera, un horno microondas, disponiendo además, de equipo extractor.

22) Cada unidad estará equipada, como mínimo con:

a) Vajilla, cubiertos y cristalería con medio juego americano (4 piezas cada una de ellas) y con batería de cocina adecuada a la cantidad de plazas contando como mínimo con una cacerola chica y mediana, y una sartén grande y una chica, una pava, un hervidor, un colador de pastas y uno de té, un jarro de mano, todo en perfectas condiciones de uso.

b) Cada unidad deberá contar como mínimo por día y por plaza con un juego de 2 toallas de mano y un toallón de baño, papel higiénico y jabón de tocador.

c) Deberá contar con ropa de cama adecuada, debiéndose cambiar como mínimo dos veces a la semana.

23) Tener calefacción en todos los ambientes y acondicionamiento térmico, en todos los ambientes, por sistemas centrales o descentralizados, de manejo individual.

24) Se deberá cumplimentar con la normativa municipal vigente en materia de edificación en el área de localización. En caso de no existir dicho instrumento, deberá cumplimentarse con las disposiciones edilicias de la localidad más cercana, y/o de la cabecera de Departamento o del Código de Edificación de la Ciudad de Córdoba, en ese orden.

Requisitos particulares

Artículo 35°.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase CONJUNTO DE CASA Y/O DEPARTAMENTOS los siguientes:

1) Tener capacidad mínima de dos (2) plazas por vivienda, contando con sala de estar, cocina, comedor, dormitorio y baño.

2) En todos los casos deberá existir una habitación privada como mínimo con capacidad para dos (2) plazas.

3) Contar con calefacción y acondicionamiento térmico en todos los ambientes.

4) Contar con protecciones anti-insectos en todas las aberturas exteriores.

5) Tener una cochera cubierta por unidad de alojamiento integrada o no a la misma.

6) Tener plano aprobado y habilitación Municipal.

NOTA: El Organismo de Aplicación de la presente Reglamentación, determinará en cada caso las condiciones y requisitos que deberán cumplimentarse para la Habilitación correspondiente.

XI. ESPECIFICACIONES PARA LA CLASE COMPLEJO TURISTICO

Generales

Artículo 36°.- Son requisitos generales mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase COMPLEJO TURÍSTICO, los siguientes:

Prestar servicio de alojamiento en más de una de las clases reconocidas por esta Reglamentación, con integración de actividades ajenas al alojamiento: Deportivas, recreativas, educativas, culturales, etc. en cantidad y calidad, de acuerdo a lo establecido para cada categoría.

Para la determinación de las categorías de esta clase de alojamiento, se tendrán en cuenta las condiciones que rigen para cada una de las clases y categorías correspondientes a cada modalidad de alojamiento, como así también la envergadura, calidad y cantidad de los servicios y actividades integrados que se presten.

Categoría 3 estrellas:

Ocupar un máximo de 40% de la superficie del predio (Factor de Ocupación FOS 0.4) en los casos de localizaciones en ciudades de más de 100.000 habitantes; un máximo del 30% (FOS 0.3) en localizaciones en ciudades de entre 100.000 a 40.000 habitantes; y un 20% (FOS 0.2) en localidades entre 40.000 a 10.000 habitantes y un máximo del 15% (FOS 0.15) en localizaciones en centros urbanos de menos de 10.000 habitantes y en zonas no urbanas, con las excepciones detalladas en la presente Reglamentación y/o Normativa Municipal que demande coeficiente de FOS inferiores a los citados precedentemente.

Categoría 2 estrellas:

Ocupar un máximo del 50% de la superficie del predio (Factor de Ocupación FOS 0.5) en los casos de localizaciones en ciudades de más de 100.000 habitantes; un máximo del 40% (FOS 0.4) en localizaciones en ciudades de entre 100.000 a 40.000 habitantes; y un 30% (FOS 0.3) en localidades entre 40.000 a 10.000 habitantes y un máximo del 20% (FOS 0.20) en localizaciones en centros urbanos de menos de 10.000 habitantes y en zonas no urbanas, con las excepciones detalladas en la presente Reglamentación y/o Normativa Municipal que demande coeficiente de FOS inferiores a los citados precedentemente.

Categoría 1 estrellas:

Ocupar un máximo del 60% de la superficie del predio (Factor de Ocupación FOS 0.6) en los casos de localizaciones en ciudades de más de 100.000 habitantes; un máximo del 50% (FOS 0.5) en localizaciones en ciudades de entre 100.000 a 40.000 habitantes; y un 40% (FOS 0.4) en localidades entre 40.000 a 10.000 habitantes y un máximo del 30% (FOS 0.30) en localizaciones en centros urbanos de menos de 10.000 habitantes y en zonas no urbanas, con las excepciones detalladas en la presente Reglamentación y/o Normativa Municipal que demande coeficiente de FOS inferiores a los citados precedentemente.

El Organismo de aplicación se expedirá acerca de la compatibilización de áreas de uso común, entre las distintas clases que conforman el complejo, y la valoración de las actividades, y programas de las actividades integradas.

XII. ESPECIFICACIONES PARA LA CLASE COMPLEJO ESPECIALIZADO

Artículo 37º.- Son requisitos generales mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase COMPLEJO ESPECIALIZADO los siguientes:

- 1) Ofrecer servicios de alojamiento en algunas de las Clases reconocidas por la presente Reglamentación.

- 2) Ofrecer conjuntamente y en forma integrada otro servicio especializado, ajeno al de alojamiento, (de salud SPA, deportivo, recreativo, rural, etc., y los que en el futuro se reconozcan). En todos los casos deberá indicarse con precisión, el grado de complejidad del servicio, su especialidad, y las actividades que el mismo incluye y desarrolla.
- 3) La presentación de ambos servicios, el de alojamiento y el especializado e integrado al establecimiento, deberán reflejarse en las tarifas, debiendo detallar los costos del alojamiento propiamente dicho, y de los servicios especializados autorizados y habilitados.
- 4) La categorización del establecimiento, (Categoría Superior, Primera Categoría y Segunda Categoría) la otorgará el Organismo de Aplicación de la presente Reglamentación, conforme la evaluación que realice, atendiendo las características propias del establecimiento, Factor de ocupación del suelo, sistema constructivo, materiales utilizados, alturas, formas, colores, su localización urbana o rural, (sitio y situación) las características del entorno, equipamiento complementario del establecimiento y del entorno inmediato, accesibilidad, topografía, su clima, vegetación, medio ambiente, características de diseño, escala, visuales, y valores paisajísticos y ambientales, conjuntamente con la evaluación de la envergadura de los servicios integrados, su complejidad, especialización, equipamiento y asistencia profesional, y programas de actividades propuestos, y la compatibilidad funcional entre ambos servicios.

NOTA: Atento a las particulares condiciones de esta clase de alojamiento, integrado a la prestación de un servicio especializado, el Organismo de Aplicación de la presente Reglamentación, determinará en cada caso las condiciones y requisitos que deberán cumplimentarse para la Habilitación de la categoría correspondiente.

CAPITULO TERCERO – DE LA INSCRIPCIÓN

Artículo 38º.- A los fines de la inscripción los titulares de los establecimientos sujetos al presente régimen deberán presentar ante el Organismo de Aplicación:

- a) Plano del inmueble en donde funcionará el negocio, aprobado por la Municipalidad donde se encuentra localizado el inmueble y por los Organismos profesionales competentes.
- b) Constancia de habilitación otorgada por los municipios en el ámbito de sus respectivas competencias específicas, donde se certifique la inscripción comercial y el estado de salubridad, seguridad e higiene del establecimiento.
- c) Declaración jurada donde consten las comodidades y servicios que se prestarán, nombre del encargado o administrador si fuere una persona distinta a la del titular; el período del año durante el cuál funcionará el negocio y las tarifas que se cobrarán.-
- d) Un libro registro de pasajeros y un libro de actas o reclamos, el primero podrá suplirse por un sistema de registro computarizado.-
- e) Toda otra declaración, información o documentación que en cada caso el Organismo de Aplicación requiriese.
- f) Certificado de Libre Deuda expedido por el Organismo de Aplicación.-

El Organismo de Aplicación, inscribirá al establecimiento asignándole su Clase y Categoría. La inscripción del establecimiento se dictará mediante Resolución, en tanto y en cuanto se cumplan los requisitos de la presente Reglamentación, donde constará la clase y categoría asignadas. La Habilitación de la Clase y Categoría se otorgará una vez realizada la inspección y verificación en el lugar, de los datos suministrados, a través del Certificado de Habilitación de Alojamiento Turístico. (CHAT) .

En ningún caso la Habilitación de la Clase y Categoría será definitiva.

La habilitación de la Clase y Categoría permanecerá vigente en tanto y en cuanto se cumplan los requisitos que establece la Reglamentación, y podrá ser modificado por el Organismo de Aplicación, en los casos de constatarse el no cumplimiento de los requisitos establecidos para cada clase y categoría.

CAPITULO CUARTO – DE LAS TARIFAS Y SERVICIOS

Artículo 39°.- Las tarifas reglamentarias son las que se registran ante el Órgano de Aplicación de acuerdo a lo que el mismo disponga por Resolución.

En todos los casos se registrarán tarifas diarias, incluyendo cargas impositivas.

Artículo 40°.- El servicio de alojamiento supone el derecho al uso de las dependencias generales de la casa destinadas a los huéspedes; de la unidad habitacional asignada y su baño privado si lo tuviere, con todos sus muebles e instalaciones; a la utilización de la cama colchón, almohada, fundas, sábanas, frazadas, toalla de mano y de baño; energía eléctrica, jabón de tocador y papel higiénico. La limpieza de las habitaciones ocupadas deberá realizarse como mínimo una (1) veces al día, procediéndose al cambio de toallas diariamente y de ropa de cama cada tres (3) días, salvo que por circunstancias especiales fuere necesario hacerlo con mayor frecuencia.

El servicio de pensión completa comprende además del alojamiento, el de desayuno; almuerzo y cena y el de media pensión, el desayuno, almuerzo o cena.

Artículo 41.- Las tarifas por alojamiento se registrarán por unidad de alojamiento, suite o departamento, consignando si las mismas incluyen o no los adicionales por persona correspondiente a los servicios de desayuno, almuerzo y cena para pensión completa y a los de desayuno, almuerzo o cena para media pensión.

Artículo 42.- El titular del establecimiento cobrará el día de ingreso de los huéspedes al establecimiento, no así el de egreso si éste se produjere antes de las diez (10) horas. Considerándose día de ingreso a los fines del cobro de tarifas el que comienza a las seis (6) horas.

En ningún caso podrá cobrarse más de UN (1) día de alojamiento si se hubiere usado los servicios por menos de doce (12) horas.

Artículo 43.- Los menores de cinco (5) años abonarán solamente el sesenta (60%) de las tarifas autorizadas.

CAPITULO QUINTO – DE LOS LIBROS, FACTURAS Y FICHAS DE TARIFAS

Artículo 44.- Todos y cada uno de los huéspedes deberán ser registrados en el Libro Registro de Pasajeros en el sistema computarizado, en que se consignará nombre y apellido, edad, profesión, nacionalidad, domicilio real, número de documento de identidad, día y hora de ingreso y egreso, número de factura y/o ticket (conforme establezca la AFIP.) y su importe total, número de habitación ocupada y observaciones, si las hubiera.

Artículo 45.- El libro de Actas y Reclamos estará permanentemente a disposición de los huéspedes a los fines de que estos dejen asentadas en el las manifestaciones que considere mas apropiadas para receptor las quejas y sugerencias.

Artículo 46.- La facturación deberá ajustare a las normas dictadas por la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) o el Organismo que en el territorio provincial lo reemplace.

Artículo 47.- Una vez inscripto el establecimiento y/o cuando se introduzcan modificaciones en las tarifas, categorías o servicios, el Organismo de Aplicación entregará al titular del establecimiento una ficha de tarifas registradas y una planilla de empadronamiento del negocio debidamente autorizadas. En caso de extravío, pérdida o destrucción el hotelero deberá solicitar de inmediato su restitución.

Artículo 48.- En la ficha de tarifas deberá constar como mínimo, la clase, categoría y denominación del establecimiento, número de inscripción en el Registro de Alojamiento Provincial, y las tarifas registradas discriminadas según los servicios a los que correspondan. Todo de acuerdo a lo que determine el Organismo de Aplicación.

Artículo 49.- La ficha de Tarifas deberá ser colocada a la vista de los huéspedes en Recepción o Portería y una fotocopia en cada una de las habitaciones destinadas a pasajeros.

CAPITULO SEXTO – DE LAS TRANSFERENCIAS y/o CAMBIO DE TITULARIDAD

Artículo 50.- En el caso de operarse la transferencia del Fondo de Comercio afectado a la explotación hotelera, el adquirente deberá comunicar tal circunstancia al Organismo de Aplicación, quién tomará conocimiento del cambio de titularidad, previa presentación por parte del administrado de la siguiente documentación:

- 1) Formulario provisto por el Organismo de Aplicación, debidamente cumplimentado.
- 2) Certificado de libre deuda expedido por el Organismo de Aplicación.
- 3) Acreditar el cumplimiento de las disposiciones de la Ley Nacional N° 11687, acompañando copia certificada del instrumento definitivo referido a la transferencia del Fondo de Comercio, debidamente inscripto en el Registro Público de Comercio.

- 4) El adquirente deberá acompañar con la solicitud de transferencia referida en el apartado 1º.- un (1) libro de registro de pasajeros, y/o sistema computarizado y un (1) libro de actas para su autorización, cuando el tramitente no los hubiera entregado.-
- 5) Certificado de Habilitación Municipal, relacionado a la inscripción comercial, y a los aspectos que hacen a la seguridad, salubridad e higiene del establecimiento.

Artículo 51.- Se considerarán cambios de firma en referencia a la titularidad sobre el Fondo de Comercio afectado a la explotación hotelera, aquellos que no se ajusten a lo dispuesto en el artículo anterior.

CAPITULO SEPTIMO – DE LAS INSPECCIONES

Artículo 52.- El Organismo de Aplicación del presente Decreto Reglamentario, ejercerá las funciones de inspección y contralor de los establecimientos reglados por el presente Decreto, las que serán ejercidas a través de los Departamentos correspondientes pudiendo, en caso necesario, requerir la colaboración de la Policía de la zona. Cumplida la inspección se procederá a labrar acta por triplicado consignando lo constatado en forma sumaria, la que será firmada por el inspector actuante y el titular del establecimiento o persona que se encuentre a cargo.

Artículo 53.- En caso de constatare deficiencias o infracciones se procederá en el mismo acto de la inspección a citar y emplazar al titular del establecimiento para que dentro del término de cinco (5) días hábiles formule descargo y ofrezca pruebas, dejando constancia de ello en el acta labrada.

Artículo 54.- Cuando las Municipalidades de la Provincia constataren infracciones a las disposiciones del presente Decreto podrán remitir al Organismo de Aplicación el acta de constatación dentro de los diez (10) días hábiles de labrada a los fines de su trámite.

CAPITULO OCTAVO – DE LAS RESERVAS

Artículo 55.- El hotelero está obligado a cumplir con los compromisos de reserva cuando hubiere dado conformidad de comodidades y servicios siempre que el solicitante por sí o por tercero hubiere efectuado un depósito de garantía correspondiente a la tarifa de UN (1) día. Si la reserva fuere por más de UN (1) Día se abonará además el VEINTE POR CIENTO (20 %) de la tarifa total de los días subsiguientes para pensión completa o media pensión y el TREINTA POR CIENTO (30 %) para alojamiento solamente. El depósito de garantía integrará el monto total de la factura como pago a cuenta si el solicitante cumpliera total o parcialmente con la reserva.

Artículo 56.- Cuando un huésped se retire del establecimiento antes de cumplir el término de la reserva por causas no imputables al hotelero, éste tendrá derecho a cobrar además de la tarifa correspondiente a los días en que el huésped estuvo

alojado en el establecimiento, hasta UN (1) día mas de alojamiento por los días no utilizados.

Artículo 57.- El hotelero está obligado a mantener las disponibilidades reservadas por el término de UN (1) día cuando la reserva fuere menos de Cinco (5) días y por Dos (2) días si fuere por Cinco (5) días o más.

Artículo 58.- El solicitante podrá cancelar la reserva teniendo derecho a la devolución total del depósito de garantía si se produce con VEINTE (20) días de anticipación y al CINCUENTA POR CIENTO (50 %) de dicho depósito si se cancela entre los DIEZ (10) y DIECINUEVE (19) días de antelación.

Artículo 59.- El solicitante no tendrá derecho a reclamar la devolución del depósito de garantía cuando por causas no imputables al hotelero no hubiere cumplido con la reserva o hubiere solicitado su cancelación con menos de DIEZ (10) días de anticipación.

Artículo 60.- En casos de reservas “por paquete” las partes podrán convenir de común acuerdo el monto de depósito de garantía y de las indemnizaciones al hotelero por cancelación de reservas o por incumplimiento total o parcial de los huéspedes. Entiéndase por reserva “por paquete” la que se concreta por QUINCE (15) plazas como mínimo.

Cuando no existiere convenio expreso o cuando esta reserva se realice con intervención de Organismos Oficiales serán de aplicación las normas generales de los artículos 59º, 61º y 62º.

Artículo 61.- En los casos de reservas efectuadas en la Delegación del Organismo competente sita en Casa de Córdoba en Capital Federal y que el huésped no se presentara al establecimiento hotelero, ni mediara una cancelación de los Artículos, el Organismo de Aplicación, transferirá el CIEN POR CIENTO (100 %) del monto de la seña contra presentación del telegrama que oportunamente confirmara dicha reserva.

CAPÍTULO NOVENO – DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 62.- Las medidas mínimas establecidas en el presente Decreto regirán en cuanto las normas de edificación vigente en el lugar de construcción del establecimiento, de la localidad más cercana, o cabecera de departamento o de la ciudad de Córdoba, según corresponda, no exija otras mayores. Los aspectos edilicios no reglamentados en el presente decreto se regirán por las normas de edificación vigente en el lugar de construcción del establecimiento. En caso de no existir dicha norma, serán de aplicación las normas edilicias que rigen en la ciudad más próxima, o de la cabecera de Departamento o de la ciudad de Córdoba, en ese orden, en cuyo caso la presentación de los planos deberá efectuarse conforme esas normativas, firmadas por un profesional responsable, y registradas en el Colegio Profesional correspondiente.

Artículo 63.- Todos los edificios y/o construcciones afectados a actividades de alojamiento de personas reconocidos por la presente Reglamentación, cualquiera fuere su clase y categoría, inscripto o no ante el Organismo de Aplicación, deberán inscribirse, reclasificándose y recategorizándose, conforme las disposiciones y establecidos en la Ley 6483 y el presente Decreto Reglamentario. Los establecimientos y/o construcciones afectados a actividades de alojamiento de personas, no comprendidos en la presente Reglamentación, quedarán sujetos a las disposiciones que en la materia establezcan los municipios y/o comunas de su jurisdicción.

Artículo 64.- Todos los establecimientos que brinden servicio de alojamiento, sin fines de lucro, a sus afiliados y/o asociados, (Colonias de Vacaciones, Asociaciones civiles, mutuales, etc.) deberán registrarse ante el Organismo de Aplicación del presente Decreto Reglamentario, y cumplir con las disposiciones legales relativas al control de personas alojadas, de acuerdo a lo que el Organismo determine.

Artículo 65.- El registro de casas de familia individuales o en grupos de hasta dos casas, que brinden servicios de alojamiento, quedan sujetas a las disposiciones y normas generales y legales relativas al control de personas alojadas, que el Municipio habilitante determine, y bajo su responsabilidad.

Artículo 66.- Los establecimientos INSCRIPTOS, en el Organismo de Aplicación, que a la fecha de la promulgación del presente Decreto estén clasificados y categorizados, y que por motivos edilicios y dimensiones, y/o cantidad y calidad de servicios, no reúnan los requisitos establecidos en el presente Reglamentación para mantener la clase y categoría antes otorgada, serán objeto de evaluación y análisis particularizado.

- a) En los casos de no cumplir con la cantidad y calidad de los servicios requeridos para mantener la clase y categoría, el Organismo de Aplicación podrá mediante Resolución mantener provisoriamente la anterior clase y categoría, por un plazo de hasta dos años a partir de la vigencia del presente Decreto Reglamentario, a cuyo término, y una vez incorporados los servicios faltantes, se les habilitará la clase y categoría que le corresponda.
- b) En los casos de no reunir los requisitos y las condiciones edilicias, dimensionales y de superficies mínimas establecidas en la presente reglamentación para mantener la clase y categoría, el Organismo de Aplicación, mantendrá la clase y categoría antes asignada al establecimiento.
- c) Para los casos de mantenimiento de clase y categoría y cuando la incorporación de los servicios exigidos, requiera de la necesidad de contar con espacios físicos, y/o mayores superficies y dimensiones, y estas sean imposibles de reunir y de cumplir, dado las características constructivas y edilicias del inmueble, los mismos no serán exigibles.
- d) En los casos de establecimientos que no cumplan con el F.O.S., que para su clase y categoría se establecen, el mismo no se tendrá en cuenta para el mantenimiento de la categoría.
- e) El cumplimiento del F.O.S., no será obstáculo o impedimento para futuros ascensos de categoría, siempre que la incorporación de servicios, equipamiento, comodidades, instalaciones, infraestructura edilicia y nuevos

locales y el incremento de superficies necesarios para dar cumplimiento con los requisitos establecidos para la nueva categoría, no impliquen una mayor ocupación del suelo.

Artículo 67.- A todos los establecimientos inscriptos ante el Órgano de Aplicación, en alguna de las clases y categorías establecidas en la presente Reglamentación, y que cumplan con la misma, se les otorgará un Certificado de Habilitación de Alojamiento Turístico, (CHAT), por un periodo de tiempo determinado, y con fecha de vencimiento, sujeto a renovación, conforme la metodología y modalidad que determine el Organismo de Aplicación.

Artículo 68.- Todas las infracciones a las disposiciones del Presente Decreto serán sancionadas conforme a lo establecido por la Ley 6483 modificada por la Ley 7383 y su respectiva Reglamentación.

Artículo 69.- A los fines del presente Decreto entiéndese por titular del establecimiento a toda persona física o jurídica que explote comercialmente y por cuenta propia un negocio sujeto a las disposiciones de la presente reglamentación en carácter de propietario, arrendatario, concesionario, administrador o por cualquier título legítimo.

Entiéndese por huésped o pasajero a toda persona que se aloje en un establecimiento en unidades habitacionales destinadas a esos fines, sin constituir domicilio permanente en él, mediante el pago de la tarifa diaria correspondiente.

Artículo 70.- El titular del establecimiento podrá colocar una plaza adicional en las habitaciones con expresa conformidad por escrito del huésped, debidamente registrada en el Libro de Actas. En la incorporación de la plaza adicional podrá adoptarse la forma de cucheta. La plaza incorporada no revestirá carácter permanente.

Artículo 71.- Los cierres transitorios o definitivos, las modificaciones en los servicios, comodidades y/o características del negocio y los cambios de administrador o encargado deberá comunicarse con no menos de DIEZ (10) días de antelación y las alteraciones en la estructura edilicia del inmueble con TREINTA (30) días de anticipación, acompañándose en este caso el plano correspondiente.

Las modificaciones de la firma titular del establecimiento que no importen transferencia o las transferencias por causa de muerte del titular deberán comunicarse dentro de los TREINTA (30) días de producida.

Artículo 72.- Cuando se registrare el cierre definitivo de un establecimiento inscripto, el Órgano de Aplicación procederá a eliminarlo del Registro de establecimientos inscriptos, previa expedición del certificado de Libre Deuda. Si posteriormente reabriera, la firma titular, deberá solicitar la inscripción del negocio de conformidad con las disposiciones del Capítulo Segundo del presente Decreto.

Artículo 73.- Los establecimientos inscriptos estarán obligados a proporcionar la información en tiempo y forma que el Organismo de Aplicación determine.

Artículo 74.- En todas las tramitaciones relacionadas con el presente Decreto serán de aplicación las normas de la Ley de Procedimiento Administrativo de la Provincia en vigencia.

Artículo 75.- El Organismo de Aplicación, tomará las medidas y dictará las Resoluciones que estime necesarias para la mejor interpretación y aplicación de la Ley 6483 y su Reglamentación.

CAPITULO DÉCIMO – DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Artículo 76.- Deróguese el Decreto N° 4636/89, el Decreto N° 376/99, y toda otra disposición que se oponga a la presente.

Artículo 77.- El presente decreto será refrendado por el Señor Ministro de Gobierno y el Señor Fiscal de Estado, y firmado por la Señora Secretaria General de la Gobernación.

Artículo 78.- PROTOCOLICÉSE, comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial y Archívese.

Fdo.:

Dr. OSCAR FELIX GONZALEZ – Ministro de Gobierno

Dr. DOMINGO ANGEL CARBONETTI (h) – Fiscal de Estado

Dr. JOSE MANUEL DE LA SOTA – Gobernador de la Provincia de Córdoba

Dra. OLGA ELENA RUITORT – Secretaria General de la Gobernación

ANEXO II: Modelo de Encuesta.

Cuestionario sobre Responsabilidad Social en las Empresas Hoteleras (Marque con una cruz la opción seleccionada)

1. Categoría del establecimiento: - Ns/Nc - 1* - 2* - 3* - 4* - 5*

2. Cargo o puesto del encuestado:
 - Ns/Nc.
 - Propietario.
 - Director o Gerente.
 - Empleado (administrativo/ operativo).

3. Tiempo de funcionamiento del establecimiento:
 - Ns/Nc
 - Menos de 5 años.
 - Entre 5 y 15 años.
 - Entre 16 y 30 años.
 - Más de 31 años.

4. ¿Conoce Usted la existencia del concepto de Responsabilidad Social Empresarial?
 - Ns/ Nc. - No. - Sí.

5. ¿Conoce cuáles son los beneficios de la implementación de la RSE?
 - Ns/ Nc.
 - No conoce los beneficios.
 - Sí conoce los beneficios e implementa parcialmente.
 - Sí conoce los beneficios e implementa totalmente.

6. En su establecimiento ¿se está aplicando algún tipo de práctica que permita determinar el nivel de implementación de la RSE?
 - Ns/Nc
 - No.
 - Sí. Mencione las prácticas que se realizan.

.....

.....

7. Si no implementa la RSE en su empresa ¿cuáles son los motivos?
 - Ns/Nc.
 - No sé lo que es.
 - No tiene beneficios.
 - Tiene costos.

- No me lo he planteado.
- Falta de tiempo para planificar y actuar.
- Otros

8. ¿Considera Usted que la implementación de las prácticas sobre la RSE permite conocer y evaluar el compromiso de las empresas hoteleras?

- Ns/Nc
- No.
- Sí.

9. Las empresas en general se clasifican según su tamaño: pequeña, mediana y grande. ¿Cómo considera Usted el tamaño de su establecimiento hotelero?

- Ns/ Nc
- Pequeña:
- Mediana:
- Grande:

10. ¿Considera Usted que a mayor tamaño de las empresas hoteleras, mayores deben ser sus compromisos en relación a la RSE?

- Ns/Nc
- No.
- Sí
- Sí su respuesta es afirmativa, ¿puede justificarla?

.....

11. ¿Considera Usted que la RSE debe adaptarse al territorio en el cual operan las empresas (de ciudad, del interior, rurales)?

- Ns/ Nc.
- No se debe adaptar.
- Si se debe adaptar.
- Sí su respuesta es afirmativa, ¿puede justificarla?.....

.....

12. En relación a la Gestión de Calidad, en su establecimiento ¿se está implementando algún tipo de prácticas/certificaciones/ Normas sobre la misma?

- Ns/Nc.
- No.
- Sí.

13. ¿Qué tipo de práctica/certificación/Norma se aplica? Mencionar.

- Ns/Nc.

.....

14. ¿Considera Usted que las prácticas de RSE aplicadas en las empresas de su sector, contribuyen a mejorar los niveles de sostenibilidad y competitividad de dichas empresas?

- Ns/Nc
- No.
- Sí.
- Si su respuesta es afirmativa, ¿puede justificarla?.....

.....

15. En relación a los valores, principios y la ética empresarial:

a) ¿La empresa da a conocer sus valores y/o principios de comportamiento ético a su público interno y externo?

- Ns/Nc.
- No.
- Sí.

b) ¿Posee un documento formal o código de conducta o de ética, donde se da a conocer a los empleados la conducta a seguir en relación con su público interno y externo? (Declaración formal o informal/ parcial).

- Ns/Nc
- No.
- Sí.
- Sí su respuesta es afirmativa, ¿puede justificarla?.....

.....

16. En relación al público interno, la dirección y la transparencia de la empresa:

a) ¿Se alienta la gestión participativa de los empleados?

- Ns/ Nc.
- No alienta.
- Sí alienta. En qué temas:
-

b) ¿Se considera la opinión de los empleados en la toma de decisiones?

- Ns/ Nc.
- No considera.
- Se considera en algunos temas.
- Se considera la opinión en general en todos los temas.

c) ¿Se instruye a los empleados respecto a la ética y transparencia de la empresa?

- Ns/ Nc.
- No.
- Sí.

17. La empresa realiza algún procedimiento formal sobre donaciones benéficas y/o patrocinios:

- Ns /Nc
- No realiza
- Sí realiza.

18. En cuanto a la gestión laboral, la empresa procura:

a) La capacitación y formación de sus directores y empleados:

- Ns/Nc
- No
- Sí

b) El bienestar de sus empleados, directivos y su núcleo familiar:

- Ns/Nc
- No
- Sí

c) En relación al bienestar de sus empleados ¿qué tipos de Incentivos, promociones, viajes, retribuciones u otras actividades les ofrece a sus empleados y a sus familiares?

- Ns/Nc.

- Sí. Menciónelas.....

.....

19. En relación al cuidado del medio ambiente la empresa implementa acciones para preservar el medio ambiente y promueve el ahorro de agua, energía, combustible, reciclado de insumos y productos, entre otras acciones:

- Ns/ Nc.

- No implementa.

- Sí.

- Si su respuesta es afirmativa, puede exponer cuáles son sus acciones.....

.....

20. En relación a las conductas con el cliente y los proveedores:

a) ¿Posee algún tipo de canal de comunicación con sus clientes, donde considere sugerencias y quejas?

- Ns/ Nc.

- No.

- Sí posee canales de comunicación informales.

- Sí posee canales de comunicación formales y no documentados.

- Sí posee canales de comunicación formales y documentados.

b) ¿Comunica a sus proveedores los requerimientos específicos sobre el uso responsable y sostenible de los recursos en su actividad?

- Ns/ Nc.

- No.

- Sí.

21. La Empresa y su relación con la comunidad y el Estado:

a) ¿Participa la empresa en acciones en pos de la comunidad?

- Ns/ Nc. - No participa. - Si participa.

b) ¿Incentiva la asociación con otros entes sociales?

- Ns/ Nc. - No. -Sí.

c) ¿Fomenta acciones en pos de políticas públicas?

- Ns/ Nc. - No. -Sí.