

UNIVERSIDAD APEC



Escuela de Graduados

Maestría en Gerencia de la Comunicación Corporativa

***Creación del programa de Responsabilidad Social Corporativa
para el complejo turístico Lifestyle Holidays Vacation Resort,
(Cofresí, Puerto Plata)***

Luisa Karina López Valdez

2012-0697

Facilitadora:

Alicia Puello

Santo Domingo, República Dominicana.

22 de noviembre de 2013

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo primordial incorporar una gestión de Responsabilidad Social Corporativa, RSC, al complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort, propiedad turística situada en la zona de Cofresí, Puerto Plata, alineado a su visión estratégica y a su filosofía organizacional.

La gestión propuesta será desarrollada a través de un programa sistemático, focalizado e inclusivo, es decir abarcando a todos los stakeholders de esta organización, y fue creado con un contenido de cincuenta iniciativas en los ámbitos que integran la Responsabilidad Social Corporativa.

Este programa ha sido articulado con el propósito de que le permita a este grupo mejorar en su comportamiento, a fin de que sea totalmente ético y responsable, a la vez que pueda impactar su desempeño competitivo, potencializar su imagen corporativa, y lo más esencial que pueda conducir al desarrollo sostenible.

Esta propuesta queda sustentada en los datos recogidos en la indagación realizada, que indican que las acciones sociales de esta empresa basadas fundamentalmente en filantropía, como la donación y el patrocinio, deben evolucionar hacia una gestión de Responsabilidad Social Corporativa donde el cuidado al medioambiente sea uno de los de mayor atención, un ámbito que resultó ser de gran interés y preocupación por el público alcanzado.

DEDICATORIA

A la Memoria de mi Padre Dr. David López Cornielle:

Porque su reciedumbre moral, sus innegociables principios y su proceder siempre íntegro y ético constituyen el valioso legado que norma mis pasos, a la vez que su ejemplo de incansable forjador intelectual y laborioso profesional es y seguirá siendo mi más grande inspiración y compromiso para emprender siempre nuevos proyectos.

AGRADECIMIENTOS

A Dios:

El principio de la sabiduría es el temor de Jehová; buen entendimiento tienen todos los que practican sus mandamientos. Su loor permanece para siempre". Salmo 111:10.

Gracias por la vida, por iluminar mis pensamientos, por las fuerzas y el entusiasmo en cada nuevo día y las victorias concedidas.

A mi Madre Celina Valdez de López (Telly):

Porque siempre ha sido la co-responsable de todos mis éxitos. Porque su amor incondicional y abnegada entrega han sido el pilar fundamental para materializar todas mis aspiraciones.

A mis hermanos Maimónides y Eric David:

Porque su ejemplo y apoyo es y será siempre un elemento valioso para emprender y culminar cualquier iniciativa.

A mi amiga y compañera Yajaira Abréu:

Porque su valiosa ayuda fue siempre un significativo soporte en este proceso, desde el inicio hasta el final. Porque ha sido el mejor hombro y mejor aliada en este transitar.

A mi amiga Yamirys Liriano:

Por su disposición de siempre para colaborar y su espíritu de bondad y de servicio.

A mi amigo y mentor Osvaldo Soriano:

Por ser un guía y colaborador excepcional, siempre presto a ofrecer la exhortación acertada y el consejo sabio, y ser un ente importante para la ejecución de este proyecto.

A mi amiga Yohani Casilla, directora del Departamento de Mercadeo y Ventas del complejo Turístico Lifestyle Holidays Vacation Resort:

Porque sin su anuencia y apoyo no hubiera sido posible la realización de esta investigación sobre esta pujante empresa que ha reimpulsado el turismo en Puerto Plata. Porque eres un hermoso ejemplo de superación y desarrollo.

A mi amiga Yngrid Rosario y demás ejecutivas del Departamento de Mercadeo y Ventas del complejo Turístico Lifestyle Holidays Vacation Resort:

Porque su colaboración fue esencial para la elaboración de esta propuesta y su don ilimitado de servicio y ayuda.

A mi profesora y asesora Alicia Puello:

Por sus recomendaciones, interés y seguimiento en esta investigación. Por ser gran colaboradora y amiga en el proceso docente.

A los señores Marta Fernández de Marzal, Tino Deón y Patricia Reinoso:

Por sus valiosas aportaciones, muy importantes para esta propuesta.

A mi congregación Iglesia de Dios Centro de Oración Buena Vista I y con ella a la familia pastoral Martínez Henríquez:

Porque sus oraciones son un ingrediente importante no sólo en el fortalecimiento de la Fé, sino en la conquista de cada victoria. Gracias por su interés en este proyecto.

INDICE

Introducción.....	1
Capítulo 1. Conociendo sobre Responsabilidad Social Corporativa, RSC	4
1.1. ¿Qué se entiende por Responsabilidad Social Corporativa o RSC?	4
1.1.1. Principios que rigen la Responsabilidad Social Corporativa..	6
1.1.2.¿Cuáles son las dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa?	7
1.1.3.¿Qué son los Grupos de Interés?	8
1.1.4.¿Cuáles son los beneficios que aportan las iniciativas de la Responsabilidad Social Corporativa?	9
1.1.5.¿Cuáles son las aportaciones que ofrece la Responsabilidad Social Corporativa a la sociedad?.....	9
1.2. ¿A qué se llama sostenibilidad?	10
1.3. ¿Qué es el turismo responsable?	13
1.4. ¿Qué es el turismo sostenible?.....	12
1.5. El nuevo modelo que plantea Pizzolante: De la Responsabilidad Social a la Empresa Socialmente Responsable	14
1.5.1.La importancia de ser una empresa socialmente responsable	15
1.6. El vínculo Turismo y Responsabilidad Social Corporativa en República Dominicana.....	15
Capítulo 2. Una inspección en el complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort.	
2.1. ¿Qué es Lifestyle Holidays Vacation Resort. Reseña histórica	17
2.1.1 ¿Cuál es su estrategia de negocios?	18
Los hoteles.....	18
El club de vacaciones	18
Bienes Raíces	18
2.1.2. ¿Cuáles son sus mercados y segmentos	19
Mercados	19
Segmentos.....	19
2.1.3 ¿Cuáles son sus marcas?.....	20
Presidential Suites.	20
Cofresí Palm Beach & Spa.....	20
Dreams Suites by Lifestyle.....	21
Lifestyle Real Estate	21

2.1.4. Filosofía corporativa de Lifestyle Holidays Vacation Resort.....	22
Misión.....	22
Visión	22
Valores.....	22
2.1.5. Visión estratégica de Lifestyle Holidays Vacation Resort	
Directrices empresariales.....	22
2.1.6. Objetivos empresariales.....	23
2.1.7. ¿Cuál es su repertorio de públicos?	24
2.1.8. ¿Quiénes son sus colaboradores?	25
2.1.9. Organigrama corporativo de Lifestyle Holidays Vacation Resort.	26
2.2 Iniciativas de gestión social de Lifestyle Holidays Vacation Resort.	27
2.2.1 Públicos internos.....	27
Donación de útiles escolares a hijos de empleados	27
Agasajo y gratificación a empleados con motivo del Día Nacional del Trabajador.....	28
Celebración con empleados por premio RCI Gold Crown Obtenido	30
Celebración junto a empleados por el décimo aniversario de la Marca.....	31
Celebración anual de fiesta de Navidad a empleados	31
2.2.2 Públicos externos.....	32
Agasajo y donación a niños de Puerto Plata con motivo de Navidad.....	32
Patrocinio a la organización social Integración Juvenil	34
Donación a Hogar Crea de Puerto Plata.....	36
Donación al Hogar de Martina	37
Apoyo a las iniciativas del Clúster Turístico y Cultural de Puerto Plata.....	37
2.2.3 Acciones sociales ejecutadas por públicos y aspectos.....	39
Capítulo 3. Una visión renovada de compromiso con sus públicos.	
3.1 Programa de Responsabilidad Social Corporativa de Lifestyle Holidays Vacation Resort	40
Situación actual	42
3.1.1. Públicos objetivos	42
3.1.2. Objetivos.....	43.
Objetivo General.....	43

Objetivos Específicos	43
3.1.3. Estrategias.....	42
3.2. Plan táctico	43
3.2.1. Ámbito Social.....	43
Aspecto interno.....	44
Aspecto externo.....	46
3.2.2. Ámbito Económico.....	47
3.2.3. Ámbito Ambiental.....	47
Aspecto interno.....	47
Aspecto externo.....	50
3.2.4. Cronograma general de actividades a realizar	53
3.3. Resultados esperados	54
3.4. Mediciones del plan.....	55
Conclusiones	54
Recomendaciones	58
1. Una nueva estructura Social Corporativa.....	58
para gestionar el programa de Responsabilidad	
Función del Director de Responsabilidad Social Corporativa.....	58
Organigrama del Departamento de Responsabilidad Social	
Corporativa.....	59
Ubicación del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa	
dentro del organigrama corporativo.....	60
2. Reenfocar la gestión de comunicación.....	61
3. Renovar la gestión de mercadeo.....	61
4. Reorientar el Departamento de Recursos Humanos.....	62
5. Identificación total con el modelo de sostenibilidad.....	62
Referencias.....	64
Anexos	
Anexo 1. Anteproyecto	
Anexo 2. Técnicas de investigación utilizadas	
Anexo 3. Resultados de la investigación	
Anexo 4. Cuestionarios aplicados	
Anexo 5. Programa de Responsabilidad Social Corporativa del Grupo	
Turístico PuntaCana Resort & Club	
Anexo 6. Fotografías de las instalaciones del complejo Lifestyle Holidays	
Vacation Resort	

LISTA DE FIGURAS Y TABLAS

- Figura No.1. Logotipo de Lifestyle Holidays Vacation Resort
- Figura No.2. Logotipo del Lifestyle Holidays Vacation Club
- Figura No.3. Logotipo de Presidential Suites by Lifestyle
- Figura No.4. Logotipo de Cofresi Palm Beach & Spa Resort
- Figura No.5. Logotipo de Dreams Suites by Lifestyle
- Figura No.6. Logotipo de Lifestyle Real State
- Figura No.7. Organigrama corporativo de Lifestyle Holidays Vacation Resort
- Figura No.8. Agasajo del complejo a niños de Puerto Plata por Navidad.
- Figura No.9. Anja y Markus Wischenbart entregan aporte económico a la directora de Integración Juvenil, Ondina De los Santos
- Figura No.10. Organigrama del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa. (En Anexo)
- Figura No.11. Departamento de Responsabilidad Social Corporativa integrado al organigrama corporativo. (En Anexo)
- Figura No.12. Villa del Complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort
- Figura No.13. Habitación de Presidential Suites
- Figura No.13. Piscina de Cofresí Palm Beach Resort.
- Figura No.14. Restaurante “Rodizio”, de gastronomía Brasileira
- Tabla No.1. Esquema de las acciones sociales ejecutadas por el complejo
- Tabla No.2. Cronograma general de actividades

INTRODUCCION

La actual era postmoderna ha traído consigo transformaciones trascendentales en diversos ámbitos, entre ellos el mundo corporativo, en el que las empresas tienen gran incidencia en el bienestar social, y por ende, en las comunidades periféricas donde están situadas, de igual manera como también tienen un compromiso con todos aquellos que forman parte de sus audiencias internas.

Precisamente ese es uno de los ejes fundamentales en los que descansa el objeto de estudio de esta investigación, la Responsabilidad Social Corporativa, RSC, definida por el Observatorio de Responsabilidad Social de Madrid, España, como una forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y la sociedad en general.

Esta indagación se orientó a crear un programa de Responsabilidad Social Corporativa para un pujante emporio turístico ubicado en la zona de Cofresí, Puerto Plata, que recibe el nombre de Lifestyle Holidays Vacation Resort, el cual ejecuta un conjunto de acciones sociales pero carece de una gestión de esta naturaleza que sea intrínseco a su estrategia empresarial.

El planteamiento hipotético en el que descansó esta investigación es que las acciones filantrópicas de donación y patrocinio que ejecuta el complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort no aportan para que esta organización pueda alcanzar la sostenibilidad, porque no forman parte de una gestión de Responsabilidad Social Corporativa que abarque a todos sus stakeholders.

En consecuencia, el objetivo es aportar a que este grupo pueda gestionarse de acuerdo a un programa que tendrá como propósito convertir a esta empresa en una organización socialmente responsable bajo políticas de sostenibilidad, apoyado en un programa sistemático, focalizado e inclusivo, alineado a sus directrices empresariales y a su filosofía corporativa, al igual como lo plantean varios de sus más importantes autores como Italo Pizzolante y Víctor Guédez, cuyas obras y conceptos son los puntos paradigmáticos de esta indagación.

Así pues, Italo Pizzolante, explica lo siguiente: “la Responsabilidad Social Empresarial* es un proceso de gestión y manera de manejar la empresa, conectado con los impactos, que es lo que hace a una empresa socialmente responsable o no”.

Recalca que “es un programa o un proyecto, que trasciende la pura filantropía para crear procesos de gestión basados en que ‘con mis acciones’ puedo modelar el entorno económico con lo social, y el espacio político en el actuamos las empresas”.

Por otro lado, Víctor Guédez, describe esta actividad explicando que “...no se trata de aplicar una técnica, de poner en operación un proyecto, o de meterse en un nicho acomodaticio para mantenerse; más bien, la responsabilidad social tiene que ver esencialmente con asegurar la competitividad y con alcanzar la sostenibilidad en una sociedad compleja, cambiante y exigente”.

Para la elaboración de este proyecto académico se emplearon estrategias metodológicas que fueron teóricas y prácticas, que hicieran posible recoger la información pertinente sobre el tema y su vinculación sobre todo con el turismo sostenible.

* Empresarial equivale a Corporativa.

En ese sentido, se usaron herramientas de investigación de tipo cualitativo, partiendo de un estudio exploratorio, para conocer más ampliamente sobre el tema abordado.

Las técnicas de investigación utilizadas fueron la entrevista no estructurada y la encuesta, ambas basadas en un cuestionario; así como la observación, el análisis bibliográfico y el análisis documental.

El mayor grado de dificultad fue el conocimiento exiguo que tienen el común de las personas sobre lo que es la Responsabilidad Social Corporativa, produciendo una demora y avance lento en el proceso de levantamiento de las informaciones, lo cual provocó una reducción en el tamaño de la muestra, en vista de alegar que era un tema especializado.

Debido a ese inconveniente se tuvo que escoger una muestra selectiva tanto en el público interno como externo, alcanzando a personas con un nivel académico entre grado y postgrado, que pudieran responder adecuadamente al cuestionario presentado.

El contenido de esta investigación consta de tres capítulos, el primero, que ofrece información sobre lo que es la Responsabilidad Social Corporativa; el segundo que plantea todo lo concerniente sobre la propiedad turística Lifestyle Holidays Vacation Resort y su modelo de negocio, además de exponer las iniciativas sociales que este grupo ha realizado en esta última década.

El tercer capítulo es la propuesta sobre la nueva gestión de Responsabilidad Social Corporativa apoyado en un plan estratégico con acciones tácticas en los ámbitos social, económico y medioambiental, en el cual el modelo de sostenibilidad es la finalidad principal de este programa.

Capítulo 1

Conociendo sobre Responsabilidad Social Corporativa, RSC.

1.1. ¿Qué se entiende por Responsabilidad Social Corporativa o RSC?

Italo Pizzolante, en el capítulo V de su más reciente obra *De la Responsabilidad Social a la Empresa Socialmente Responsable*, dice: “Aún hoy se discuten las definiciones que permitan comprender el verdadero sentido gerencial de la Responsabilidad Social Empresarial¹, concepto que expresa un estado de consciencia en la empresa que, frecuentemente, se confunde con filantropía, inversión social, marketing social o programas y proyectos a menudo liderados por fundaciones u organizaciones de la sociedad civil (como las ONG's) que, en alianza con la empresa, tercerizan sus acciones de responsabilidad, mismas que deben estar alineadas con sus actuaciones, a partir de las decisiones que toma su liderazgo”.

Sin embargo, de acuerdo al Observatorio de La Responsabilidad Social Corporativa² esta se define como la forma de conducir los negocios de las empresas , que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Ello implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e

1 Equivale a Corporativa.

2 Observatorio de La Responsabilidad Social Corporativa es una organización creada con el objetivo de aunar opiniones, conceptos e iniciativas y crear una entidad de referencia capaz de impulsar la educación y divulgación necesarias sobre la Responsabilidad Social Corporativa. Surgió en España en el año 2004, de la mano de un conjunto de organizaciones representativas de la sociedad civil. <http://www.observatoriorsc.org/>

internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de Derechos Humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto.

Otras definiciones importantes:

“La Responsabilidad Social de una empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales, y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”. Foro de Expertos en Responsabilidad Social, liderado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, de España.

“Responsabilidad social es la forma de conducir los negocios de una empresa de tal modo que esta se convierta en co-responsable por el desenvolvimiento social. Una empresa socialmente responsable es aquella que posee la capacidad de escuchar los intereses de las diferentes partes (accionistas, empleados, prestadores de servicios, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno y medio ambiente) e incorporarlos en el planeamiento de sus actividades, buscando atender las demandas de todos ellos no únicamente de los accionistas o propietarios”, Instituto Ethos Brasil.

1.1.1. Principios que rigen la Responsabilidad Social Corporativa.

Los fundamentos que norman la RSC, según el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa son los cinco siguientes:

- La RSC incluye el cumplimiento de la legislación nacional vigente y especialmente de las normas internacionales en vigor (Organización Internacional del Trabajo, OIT, Declaración Universal de los Derechos Humanos, Normas de Naciones Unidas sobre Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras Empresas Comerciales en la esfera de los Derechos Humanos, Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE, para Empresas Multinacionales, etc.).
- La RSC es de carácter global, es decir afecta a todas las áreas de negocio de la empresa y sus participaciones, así como a todas las áreas geográficas en donde desarrollen su actividad. Afecta por tanto, a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien.
- La RSC comporta compromisos éticos objetivos que se convierten de esta manera en obligación para quien los contrae.
- La RSC se manifiesta en los impactos que genera la actividad empresarial en el ámbito social, medioambiental y económico.
- La RSC se orienta a la satisfacción e información de las expectativas y necesidades de los grupos de interés.

1.1.2. ¿Cuáles son las dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa?

Dimensión Interna:

Este ámbito incluye iniciativas que impactan positivamente la calidad de vida de los trabajadores y sus familias. También incluye a los accionistas como agentes clave de la organización. Estas iniciativas deben ser concertadas y suponen un diagnóstico previo de las necesidades de los trabajadores.

Dimensión externa:

Esta se refiere a los esfuerzos orientados a formular iniciativas de desarrollo, integración y alineación de las comunidades ubicadas en el área de influencia de la organización y sus fuerzas vivas, proveedores, distribuidores y público en general, así como esfuerzos hacia su formación como consumidor, ciudadano activo y responsable. Asimismo implica un acercamiento profesional respetuoso hacia las comunidades identificando sus necesidades y expectativas y buscando un engranaje entre éstas y las políticas corporativas.

El Medio ambiente:

En vista de que las Naciones Unidas reconocen el desarrollo sostenible como un Objetivo Universal, el Observatorio de La Responsabilidad Social Corporativa incorpora el medioambiente, ya que existen importantes tratados y convenciones que especifican la responsabilidad de las empresas respecto a los efectos que tienen sus procesos, productos y servicios en la calidad del aire, del agua, en el clima y en la biodiversidad.

1.1.3. ¿Qué son los grupos de interés?

El Estudio Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas Turísticas de la Provincia de Málaga, España, realizada en el año 2010, establece que los Grupos de Interés de la Responsabilidad Social Corporativa, llamados también “Stakeholders” (en inglés), son todas aquellas personas, grupos, colectivos u organizaciones que se ven afectadas de forma directa o indirecta por las actividades o decisiones de las empresas.

Por lo tanto, toda estrategia de Responsabilidad Social Corporativa establece un proceso de identificación, priorización y diálogo con los Grupos de Interés.

Se clasifican en:

De acuerdo a las relaciones que mantengan con la empresa en dos grupos:

Grupos Primarios:

Aquellos que mantienen relaciones formales o contractuales con la empresa, por ejemplo, propietarios, accionistas, empleados, clientes y proveedores.

Grupos Secundarios:

Aquellos que tienen un papel secundario en el logro de los objetivos de la empresa, como: la comunidad local, los gobiernos, los medios de comunicación, los movimientos, sociales, entre otros.

Otra clasificación más sencilla es:

Grupos Internos:

Compuesto por socios y accionistas, directivos y empleados.

Grupos Externos:

Está integrado por clientes, proveedores, competidores, sociedad, entorno, estado, global.

1.1.4. ¿Cuáles son los beneficios que aportan las iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa?

La RSC brinda importantes ventajas para las empresas como las que siguen a continuación:

- Estimula la productividad de los trabajadores.
- Asegura mayor satisfacción de los clientes.
- Mejora la imagen y reputación de la empresa.
- Disminuye los costos.
- Genera el cumplimiento de las leyes y reglamentos.

1.1.5. ¿Cuáles son las aportaciones que ofrece la Responsabilidad Social Corporativa a la sociedad?

Dentro de los aportes sobresalen los siguientes:

- Contribución a la democracia.
- Mejoramiento de la cohesión social.
- Lucha contra la pobreza y contribuye al desarrollo.
- Incentivo a la probidad administrativa.
- Reforzamiento del respeto para los Derechos Humanos.

- Respeto de las condiciones de competencia.
- Transferencia de tecnología.
- Preservación del Medio Ambiente.
- Refuerzo del respeto de los Derechos Fundamentales.

1.2. ¿A qué se llama sostenibilidad?

Sostenibilidad se deriva del adjetivo sostenible, y se refiere a “la capacidad de un proceso de mantenerse por sí mismo, o de una forma más amplia, “de sostenerse en el tiempo”. Así se denomina en el Estudio Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas Turísticas de la Provincia de Málaga, España.

Está íntimamente vinculada con el concepto de “desarrollo sostenible”, que se define como “el desarrollo que satisface las necesidades presentes sin poner en peligro la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades.

De ahí es que se considera el desarrollo sostenible en tres ámbitos: el social, económico y medioambiental, lo que persigue la sostenibilidad.

Pizzolante define este concepto como: “La sostenibilidad de la empresa será resultado de su capacidad para armonizar intereses, alineando los derechos y deberes de la empresa, con los derechos y deberes de los diferentes actores que integran la sociedad”.

Responsabilidad Social, Sostenibilidad y Desarrollo Sostenible no son equiparables entre sí, pero sí están relacionados entre ellos, siendo caras de una misma moneda.

Es importante recalcar que Responsabilidad Social en las organizaciones es el camino que incluye los valores, comportamiento y actuaciones, que conducen a la sostenibilidad. En lo que respecta a una empresa turística, esta será socialmente responsable cuando sea consciente de que su sostenibilidad está entrelazada con la de su entorno.

Es importante destacar que la sostenibilidad sólo se consigue alcanzando un equilibrio entre los ámbitos social, económico y medioambiental, esto es:

- Ser una empresa económicamente eficiente.
- Ser socialmente responsables.
- Ser medioambientalmente respetuosa.

1.3. ¿Qué es el turismo responsable?

El concepto de turismo responsable ha comenzado a crear nuevos comportamientos de turismo. Pero a pesar que no existe una definición consensuada sobre este término, más que un modelo es una actitud que integrado a cualquier forma de turismo ecológico o sostenible, se basa en la premisa de que para crear riqueza es necesario respetar a todos los factores claves stakeholders que intervienen en la actividad turística: el entorno natural y sociocultural, los accionistas, los clientes, los empleados, los proveedores y las administraciones públicas.

Las características de este tipo de turismo son:

- La búsqueda de establecimiento de modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, para lo que se han de tener en cuenta sus variables económicas, sociales y medioambientales.
- La denuncia de los impactos negativos que el turismo conlleva o puede conllevar en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer.
- La valoración y reclamación de la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

1.4. ¿Qué es el turismo sostenible?

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo sostenible como:

“El desarrollo del Turismo Sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales y la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida”.

Los principios que definen el turismo sostenible según la OMT son cinco:

- Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause problemas serios ambientales o socioculturales.
- La calidad ambiental se mantiene y mejora.
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.
- Los beneficios del turismo se reportan ampliamente entre toda la sociedad.

De acuerdo a la Guía de Buenas Prácticas para el Turismo Sostenible de la Rainforest Alliances existen tres principios para la sostenibilidad de una empresa turística y son los siguientes:

1. Ningún recurso renovable debe utilizarse a un ritmo superior al que se requiere para reponerlo.
2. Ningún producto contaminante debe producirse a un ritmo superior al que pueda ser reciclado, neutralizado o absorbido por el medio ambiente.
3. Ningún recurso no renovable debe aprovecharse a mayor velocidad de la necesaria para sustituirlo por un recurso renovable utilizado de manera sostenible.

Es muy importante tener presente que la sostenibilidad atiende el cuidado y administración del dinero, equipo y herramientas, al mismo tiempo, que desarrolla al personal de la empresa y cuida de su forma de vida y potencial de crecimiento.

Por lo tanto, es indispensable:

- Proteger el medio ambiente en que se desarrolla el personal y la empresa, no otorgándole más importancia sólo al dinero, a la sociedad personal o al medio ambiente.
- Comprender que la sostenibilidad es el resultado de la integración y balance entre el dinero, el ambiente y los aspectos sociales de las personas que integran la empresa.

1.5. El nuevo modelo que plantea Pizzolante: De la Responsabilidad Social a la Empresa Socialmente Responsable.

Pizzolante plantea una evolución de los conceptos convencionales de la Responsabilidad Social Empresarial, que es entendida como programas o proyectos -trascendiendo la pura filantropía-, para construir las ventajas competitivas de una Empresa Socialmente Responsable, y para lograrlo propone un Modelo de Actuación Responsable que asume la Comunicación Estratégica como una herramienta del fortalecimiento institucional para el desarrollo sustentable de la empresa.

Este modelo denomina a una Empresa Socialmente Responsable como aquella cuyos procesos de hacer y de ser como empresa son coherentes porque ha ido construyendo tanto afuera como en su interior relaciones sanas con sus públicos de interés. Sus actuaciones responsables generan reputación y confianza en su entorno.

1.5.1 La importancia ser una Empresa Socialmente Responsable.

Pizzolante destaca los siguientes aspectos:

- Genera confianza entre los públicos internos y externos facilitando la construcción de capital social, condición importante para el desarrollo de los países.
- Se fortalecen las relaciones laborales marcadas por la tolerancia y el respeto por las diferencias, lo que contribuye a armonizar intereses entre clientes, trabajadores y entorno en general.
- Porque los consumidores a nivel mundial han madurado y se detienen a analizar a la empresa más allá de lo que dice que hace y Venezuela no escapa a esta tendencia.
- Porque ello da licencia para operar, lo cual es un merecido resultado de cuan coherente es la empresa en sus actuaciones.

1.6 El vínculo Turismo y Responsabilidad Social Corporativa en República Dominicana.

La actividad turística en República Dominicana es el eje más dinámico de la económica nacional con un aporte al erario que supera la cifra de 4 mil millones de dólares, con una entrada de turistas superior a 4 millones de visitantes al territorio dominicano en sus polos turísticos más importantes, entre ellos: Bávaro-Punta Cana, Puerto Plata, La Romana y Samaná.

Entre las empresas turísticas pioneras en República Dominicana está el Grupo Puntacana Resort & Club, fundada hace 44 años en la zona de Punta Cana en la región Este del país, liderada por los esposos dominicanos Frank Rainieri y Haydée Kuret de Rainieri.

El programa de Responsabilidad Social Corporativa de esta organización representa uno de los precursores de este accionar, debido a que sus prácticas sociales y ambientales nacieron casi al unísono con su creación.

La labor de esta empresa se enmarca dentro del ámbito de desarrollo sostenible en la industria turística, con un impacto directo en las familias de los empleados y de las comunidades menos favorecidas de Punta Cana.

Sus programas ofrecen una visión de desarrollo que equilibra el crecimiento económico, la protección del medio ambiente, la inclusión en la comunidad, y la promoción de la cultura local.

Sus ejecutorias constituyen un buen referente para la creación de un programa de Responsabilidad Social Corporativa aplicada al sector de la industria sin chimenea: el turismo. Ver en anexos el programa de Desarrollo Sostenible del Grupo Turístico Puntacana Resort & Club.

Capítulo 2

Una inspección en el complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort

2.1. ¿Qué es Lifestyle Holidays Vacation Resort?

Es un grupo empresarial que gestiona las propiedades turísticas de la marca corporativa Lifestyle Holidays Vacation Resort, creada en el año 2002, y opera productos en los destinos Puerto Plata, Punta Cana y Samaná.



Figura No.1. Logotipo de Lifestyle Holidays Vacation Resort.

Reseña histórica:

Lifestyle Holidays Vacation Resort es un grupo empresarial turístico de capital austríaco que inició sus operaciones en el año 2002 en Cofresí, Puerto Plata, como una evolución del proyecto Hacienda Resorts establecido en la década de los 80's. La marca cuenta con 11 años operando cinco productos turísticos en la zona, bajo el sistema todo-incluido, y gestionando también dos proyectos adicionales, uno en El Cortecito (Punta Cana), y otro en El Limón (Samaná), bajo la marca Presidential Suites Punta Cana y Presidential Suites Samaná.

2.1.1. ¿Cuál es su estrategia de negocios?

Su estrategia de negocios descansa en tres áreas operativas en República Dominicana que son:

Los Hoteles:

Su responsabilidad son las operaciones de las propiedades hoteleras de su marca: Lifestyle Tropical, Cofresí Palm Beach, Residence Suites, Royal Villas, Presidential Suites y Crown Villas.

El club de vacaciones:

Lifestyle Holidays Vacation Club, el cual cuenta con más de 15 mil miembros procedentes de distintos mercados del mundo.

Bienes Raíces:

Lifestyle Real Estate, que es la división de bienes raíces desarrolladora de proyectos.

2.1.2. ¿Cuáles son sus mercados y segmentos?

Mercados:

- Internacionales: Estados Unidos, Canadá, Puerto Rico, Inglaterra, Alemania y Suramérica (Venezuela y Colombia).
- Regionales: Zona del Cibao (Santiago, Moca, La Vega y San Francisco de Macorís)
- Nacional: Santo Domingo.

Segmentos:

- De lujo, alto, medio y económico (A, B, C+).
- Familias, parejas, grupos de amigos y solteros.

2.1.3. ¿Cuáles son sus marcas?

Las principales marcas de esta empresa turística son:

Lifestyle Holidays Vacation Club:



Figura No.2. Logotipo del Lifestyle Holidays Vacation Club

Presidencial Suites by Lifestyle:



Figura No.3. Logotipo de Presidencial Suites by Lifestyle.

Cofresí Palm Beach & Spa Resort:



Figura No.4. Logotipo Cofresí Palm Beach Resort.

Dreams Suites by Lifestyle:



Figura No.5. Logotipo de Dream Suites by Lifestyle.

Lifestyle Real Estate:



Figura No.6. Logotipo de Lifestyle Real Estate.

2.1.4. Filosofía Corporativa de Lifestyle Holidays Vacation Resort.

Misión

Somos un complejo que satisface la demanda de estadias basada en una experiencia exclusiva y de calidad por medio de marcas que son referentes de una gestión turística responsable y diferenciadora.

Visión

Ser una marca líder y referente en la industria turística global basada en un modelo con atributos únicos y de alto valor para los distintos públicos.

Valores

- ✓ Servicio
- ✓ Calidad
- ✓ Innovación
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Sostenibilidad
- ✓ Compromiso

2.1.5. Visión Estratégica de Lifestyle Holidays Vacation Resort.

La visión estratégica de esta empresa turística consiste en satisfacer la demanda de hospedaje por medio de una experiencia exclusiva, completa y de calidad mediante un servicio excelente y por medio de marcas que son referentes de una gestión turística innovadora, responsable y diferenciada.

Directrices empresariales:

Los lineamientos empresariales de esta organización radican en:

- La innovación de su oferta, en la que su carta de servicios sea cada vez más amplia y diversa, a fin de satisfacer las exigencias de sus públicos, y su experiencia vacacional.
- El desarrollo de nuevos productos y servicios que le permitan convertirse en la propuesta turística líder en la costa Norte de República Dominicana.
- La expansión de su marca hacia otras regiones del país, como parte de su visión de crecimiento y consolidación.
- La ratificación de su compromiso en el país, y en el destino Puerto Plata, aportando a su reactivación, por la confianza en su amplia y complementaria oferta.

2.1.6. Objetivos empresariales:

Debido a la crisis mundial que en el último lustro ha afectado a las economías de los principales mercados emisores, y la presión competitiva del sector hotelero, así como a los cambios experimentados en los hábitos y preferencias del turista de esta era, quien se ha convertido en un cliente cada más exigente, los objetivos del grupo son:

- Fortalecer el liderazgo de la marca corporativa en sus distintos segmentos y mercados, tanto internacional como local.
- Incrementar la cuota de su participación en los mercados potenciales (España, Francia, Suramérica y Asia) apoyado en un estratégico plan de comercialización.

- Gestionar las propiedades bajo los estándares más modernos que rigen la industria en la actualidad.
- Generar una estadía de satisfacción plena y segura para los huéspedes, que tribute a una alta preferencia de los resorts.
- Ejecutar un programa de Responsabilidad Social Corporativa alineado a la estrategia empresarial con un impacto positivo en sus distintos stakeholders.

2.1.7. ¿Cuál es su repertorio de públicos?

En el mapa de públicos del complejo turístico Lifestyle Holidays Vacation Resort intervienen los siguientes grupos de interés o stakeholders:

1. La Organización Mundial del Turismo, OMT
2. El Ministerio de Turismo de República Dominicana, MITUR.
3. La Asociación Nacional de Hoteles y Turismo, ASONAHORES.
4. La Asociación de Hoteles de Puerto Plata, ASHONORTE.
5. El Clúster Turístico y Cultural de Puerto Plata.
6. La Gobernación de Puerto Plata.
7. El Ayuntamiento de Puerto Plata.
8. Los agentes de viajes mayoristas y minoristas, locales e internacionales.
9. Los touroperadores receptivos.
10. Los huéspedes.
11. Los socios del club de vacaciones.
12. Los inversionistas.
13. Los desarrolladores.
14. Los suplidores de: alimentos y bebidas, de servicios, de excursiones, de artesanías, otros.
15. La prensa: local, regional, nacional e internacional.

2.1.8. ¿Quiénes son sus colaboradores?

Esta propiedad turística está integrada por una plantilla de 1,850 empleados con edades comprendidas entre 19 a 60 años de edad, y un nivel de escolaridad que va desde los estudios secundarios concluidos hasta el cuarto nivel académico. El 95 por ciento es bilingüe (dominio de inglés y español), el 20 por ciento es multilingüe (dominio de inglés, español, alemán, italiano y francés).

El equipo de colaboradores es procedente de los siguientes países: Austria, Alemania, España, Italia, Marruecos y República Dominicana. Localmente hay colaboradores nativos y residentes en comunidades como: Altamira, Maimón, Montellano, Luperón, Guanatico, Los Hidalgos, Sosúa, y de la ciudad de Puerto Plata.

2.1.9. Organigrama corporativo de Lifestyle Holidays Vacation Vacation Resort.

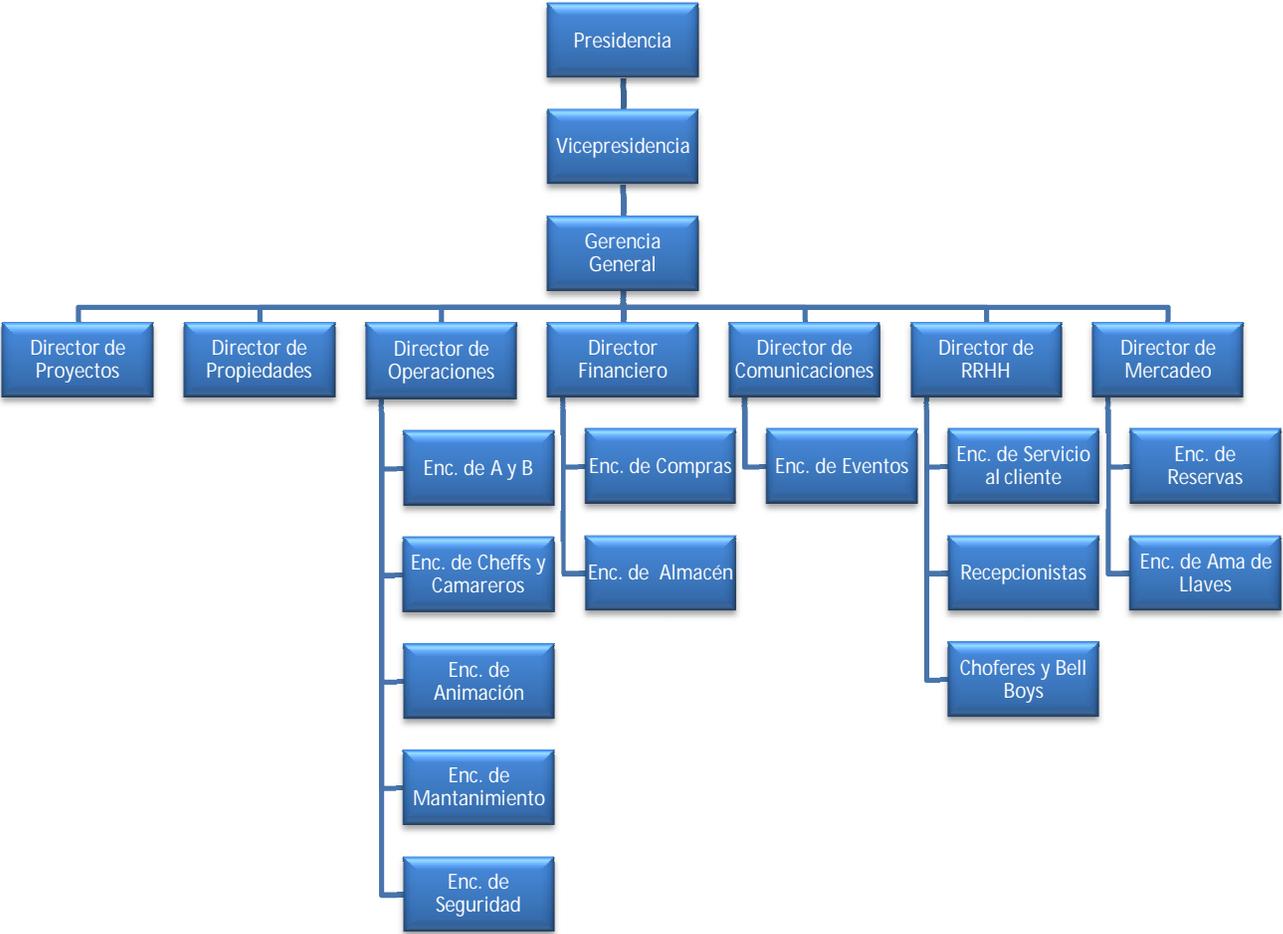


Figura No.7. Organigrama corporativo de Lifestyle Holidays Vacation Resort.

2.2 Una empresa con vocación de contribuir al bienestar social.

Iniciativas de gestión social.

Cada año dentro de su Plan Operativo Anual, el complejo turístico Lifestyle Holidays Vacation Resort contempla la ejecución de acciones sociales que impactan directamente a sus públicos internos y externos, a través de gestiones filantrópicas que consisten en la donación y el patrocinio, llevadas a cabo de manera aislada, es decir, sin ser parte de un plan estructurado, sistematizado e inclusivo de Responsabilidad Social Corporativa.

Precisamente, en este capítulo se dan a conocer a modo de antecedentes a un programa de Responsabilidad Social Corporativa las iniciativas que a lo largo de once años ha desarrollado esta empresa hotelera, específicamente en la zona de Puerto Plata, donde se encuentra situado el complejo hotelero principal.

A continuación un desglose de esas gestiones de acuerdo a sus públicos:

2.2.1. Públicos internos:

➤ Donación de útiles escolares a hijos de empleados:

En septiembre del año 2007, Lifestyle Holidays Vacation Resort realizó por primera vez una donación de útiles escolares para los hijos de los empleados mandos medios y base, con el objetivo de fortalecer el interés por la educación en las familias de sus colaboradores, a través de una acción social como esta.

Esta iniciativa se llevó a cabo solo ese año beneficiando al personal, el cual reside en las localidades aledañas a su ubicación, entre ellas: Altamira, Maimón, Montellano, Luperón, Guanatico, Los Hidalgos, Sosúa, y en la misma ciudad de Puerto Plata.

La donación incluyó mochilas, cuadernos, lápices, loncheras, y bonos para la compra de libros, para que de ese modo pudieran iniciar el nuevo año escolar con todo lo necesario para evitar faltar a sus clases.

Las donaciones eran presididas por el gerente general del hotel y la directora de recursos humanos de la empresa turística.

Los ejecutivos explicaron que con esa donación buscaban aportar un granito de arena a las familias de sus colaboradores, siendo una vía efectiva para ayudarles, por medio de la educación, al tiempo de aportar al progreso de las comunidades en las que residen.

➤ **Agasajo y gratificación a empleados con motivo del Día Nacional del Trabajador:**

Como parte de sus actividades institucionales celebradas anualmente, el complejo turístico Lifestyle Holidays Vacation Resort dedica una fiesta a todos sus colaboradores con motivo del Día Nacional del Trabajo, en la que reconoce su labor y dedicación.

Debido a esta celebración el hotel entrega a todo el personal un salario adicional, un sueldo número 14, como un incentivo que contribuya a su bienestar económico y al progreso social de las familias de los 1,850 empleados que tiene su plantilla.

De acuerdo a la directora corporativa de Recursos Humanos, señora Miriam Sánchez, “este encuentro tiene como propósito principal no solamente celebrar el Día Nacional del Trabajador sino compartir con el espíritu de lo que es Lifestyle, una gran familia”.

La ejecutiva explicó que: “esa fiesta es un reconocimiento al desempeño y al rendimiento de cada uno de nuestros empleados y sus distintos departamentos, y al desarrollo que en conjunto el grupo ha ido logrando, lo cual nos permite cumplir cada día con nuestra misión corporativa, además de alinearnos con nuestra visión, de ser la propuesta hotelera líder en esta costa Norte, con un servicio completo y de alta calidad”.

Lifestyle Holidays Vacation Resort entrega también distintos reconocimientos a los empleados, tanto de manera individual como por departamento.

El encuentro del día del trabajo sirve para cohesionar mucho más las relaciones fraternales y armónicas que priman en la organización, y asisten todos los empleados, desde los mandos altos, medios y todo el staff operativo, quien comparten con gran camaradería.

En el ágape se celebran sorteos que tienen como premios electrodomésticos y órdenes de compra. Esta fiesta es celebrada en una de las áreas exclusivas del complejo y siempre es amenizada por un grupo musical de reconocimiento local o nacional.

➤ **Celebración con empleados por premio RCI Gold Crown obtenido:**

En el año 2008, Lifestyle Holidays Vacation Resort obtuvo el premio RCI Gold Crown, la máxima distinción que entrega la mundialmente conocida Resort Condominiun International (RCI), y los directivos del enclave celebraron este galardón junto a una cena que dedicaron a todos los colaboradores de todas las áreas del complejo.

El complejo obtuvo el premio por haber mantenido durante un año la puntuación más alta en cuanto a calidad y servicios en sus propiedades, y por la calificación obtenida después de las encuestas sobre higiene, atención al cliente, agilidad en los procesos de entrada y salida del hotel, mantenimiento en las instalaciones, animación y amenidades.

La directora corporativa de recursos humanos, señora Mirian Sánchez, dijo que “ese premio fue obtenido gracias a la dedicación y entrega cada día del personal que labora en la propiedad, en la cual cada uno desde su respectiva área articula un equipo que en conjunto permite que el hotel brinde una experiencia vacacional de calidad e inolvidable para los huéspedes”.

Este agasajo estuvo encabezado por los señores Markus y Anja Wischenbart, presidente y vicepresidenta del complejo, quienes compartieron con todos los colaboradores del hotel.

La actividad se efectuó en las instalaciones del bar restaurante “Escape al mar”, situado en el Malecón de la ciudad de Puerto Plata, donde los empleados de varias presentaciones artísticas, además de compartir directivos mandos altos y medios con todo el personal.

➤ **Celebración junto a empleados por el décimo aniversario de la marca:**

En el año 2012, cuando la marca Lifestyle Holidays Vacation Resort cumplió sus 10 años de operaciones, sus directivos celebraron una fiesta con motivo de ese décimo aniversario, la cual dedicaron a sus empleados, en donde fueron agasajados con una cena buffet y la presentación de tres orquestas dominicanas de renombre.

El objetivo de ese festejo fue reconocer la labor diaria de cada uno de los colaboradores, cuya entrega se convierte en el esfuerzo de todo un equipo integrado por valiosos hombres y mujeres, “gracias a los cuales hemos podido cumplir 10 años de operaciones”, según explicó el gerente general del complejo, señor Daniel Ferrá.

El evento estuvo presidido por los señores Markus y Anja Wischenbart, presidente y vicepresidenta del complejo, en el cual reconocieron a sus empleados, y donde asistieron clientes, socios y otros allegados al hotel.

En este festejo, que se realizó en el exclusiva área de La Península, los reconocidos disfrutaron de atenciones especiales, además de compartir en un ambiente de familiaridad todos los ejecutivos mandos altos, medios, de operaciones, y también familiares de los mismos.

➤ **Celebración anual de fiesta de Navidad a empleados:**

Cada año con motivo de Navidad, el complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort dedicada a sus colaboradores una fiesta de Navidad, que inicia desde el mediodía y se extiende hasta el atardecer, que sirve para agradecerles su labor durante el año, compartir en un ambiente de

fraternidad y que sus directivos deseen al personal parabienes y mensajes de paz y armonía.

El agasajo tiene lugar en una de las áreas exclusivas del complejo, donde los empleados disfrutan de un almuerzo buffet, de presentaciones musicales, además de recibir obsequios navideños y participar en sorteos de valiosos regalos.

En esta fiesta siempre asisten los señores Markus y Anja Wischenbart, presidente y vicepresidenta del complejo, y comparten animadamente en un ambiente festivo.

2.2.2. Públicos externos:

➤ Agasajo y donación a niños de Puerto Plata con motivo de Navidad:

Durante nueve años consecutivos, el club de vacaciones del Lifestyle Holidays Vacation Resort, el Lifestyle Holidays Vacation Club ha dedicado una fiesta de Navidad a niños de familias de escasos recursos procedentes de distintas localidades de Puerto Plata, con edades que van entre los 6 y 12 años de edad.

Este agasajo reúne en cada Navidad entre 800 y 1,000 niños aproximadamente, residentes en comunidades como: Altamira, Imbert, Maimón, San Marcos Arriba, Montellano y Sosúa, junto a los que pertenecen a la organizaciones sociales como Integración Juvenil, las iglesias y centros educativos públicos de Puerto Plata.

Durante ese festejo se les brindan a los niños las atenciones que ofrece la propiedad turística, además de mucha diversión, ya que los pequeños disfrutan de una presentación espectacular sobre un vistoso escenario en la que animan Santa Claus y sus duendes; el burrito Sabanero,

cantan payasos y participan personajes como Mickey y Minnie, Diego y Dora La Exploradora; Frosty (el Muñeco de Nieve), Ben 10; personajes de película infantiles y agrupaciones musicales juveniles.

Los niños degustan una cena con platos navideños, junto a postres y golosinas. También reciben un bolso de regalo que contiene juguetes y útiles escolares como cuadernos, lápices, masillas, entre otras herramientas educativas.

A esta actividad asisten los señores Markus y Anja Wischenbart, presidente y vicepresidenta del complejo; Daniel Ferrá, gerente general; entre otros ejecutivos de distintas áreas de la empresa.

El agasajo es efectuado en el área de La Península, donde el resort celebra sus grandes eventos, y en vista de que esa actividad reviste una gran importancia, y también por la amplitud que ofrece.

En ese sentido, Daniel Ferrá, gerente general del complejo, describe esta actividad como: “es uno de los eventos más importantes y significativos de todos los que celebramos durante el año aquí en Lifestyle, porque se trata de invitados muy especiales, a quienes procuramos ofrecerles todo lo mejor en este ágape, que aunque nos conlleva un gran esfuerzo pero que vemos retribuido con la sonrisa de felicidad en el rostro de cada niño en época de Navidad”.

“En este encuentro además de agasajar a los niños les exhortamos a estudiar, a prepararse asistiendo a sus escuelas y centros de formación; a tener un buen comportamiento ante sus padres, tutores y maestros; y a ser obedientes y respetuosos, ya que representan el futuro de la provincia de Puerto Plata y del país”, detalla Ferrá.



Figura No.7. Agasajo del complejo a los niños de Puerto Plata por Navidad.

➤ **Patrocinio a la organización social Integración Juvenil:**

En septiembre del año 2012, Lifestyle Holidays Vacation Club, el club de vacaciones del resort, suscribió un convenio de patrocinio con la fundación Integración Juvenil, por medio del cual esta empresa turística se convirtió en el principal auspiciador de la labor que desarrolla esta organización social a favor de la educación y el desarrollo de niños, adolescentes y jóvenes de la provincia de Puerto Plata.

Durante la firma de ese acuerdo los ejecutivos de Lifestyle Holidays Vacation Club hicieron efectiva la primera partida de la donación, entregando un aporte de 10 mil dólares en cheque a los directivos de esta fundación para que pudiera dar continuidad a los programas que la entidad desarrolla.

La firma de este convenio la encabezaron los señores Markus y Anja Wischenbart, presidente y vicepresidenta de Lifestyle Holidays Vacation Club, quienes entregaron el aporte económico a la señora Ondina de los Santos, presidenta de Integración Juvenil.

Integración Juvenil es una institución sin fines de lucro, fundada en el año 1977, con la finalidad de contribuir al desarrollo y la formación de los niños y adolescentes de la ciudad de Puerto Plata en situaciones de riesgo, como consecuencia de una economía familiar precaria y de unas relaciones familiares frágiles o conflictivas.

Actualmente brinda asistencia a 350 niños y su programa incluye un centro pedagógico que le ofrece adiestramiento técnico y vocacional. Dentro de las principales iniciativas que ha alcanzado está la construcción de un Centro de Educación y Formación Laboral; el desarrollo de un programa para niños no escolarizados, también la ejecución de talleres especializados, y la creación del Hogar de Paso, además de una sala de tareas.

El patrocinio del grupo Lifestyle a Integración Juvenil se produjo cuando esta institución social cumplió sus 35 años, y según explicó Yohani Casilla, directora de mercadeo y ventas del complejo hotelero: “este acuerdo con Integración Juvenil significa contribuir con una provincia que le ha dado tanto apoyo a nuestra empresa durante sus 11 años operaciones, como es Puerto Plata”.

Explicó que: “nuestra empresa ha unido esfuerzos con Integración Juvenil porque creemos que una buena educación es el fundamento sobre el cual se construyen sociedades sólidas, asegurando de esta manera que el futuro de Puerto Plata y el de República Dominicana sea también sobre una base fuerte y sólida”, dijo la ejecutiva.



Figura No.8. Markus y Anja Wischenbart entregan un aporte económico a la directora de Integración Juvenil, Ondina De los Santos (al centro).

➤ **Donación a Hogar Crea de Puerto Plata:**

Desde el año 2009 Lifestyle Holidays Vacation Resort dona a Hogar Crea de Puerto Plata una significativa ración de alimentos que le son entregados mensualmente, así como lencería para las camas de esa institución.

Este aporte el hotel lo realiza para contribuir con la sociedad puertoplateña, y sobre todo para ayudar a la rehabilitación de los jóvenes que se encuentran recibiendo tratamiento para recuperarse de la adicción a las drogas y otras sustancias, motivos por los cuales son llevados hasta allí,

con la finalidad de que puedan ser reinsertados en la sociedad como jóvenes saludables libres de dependencias.

De acuerdo a los directivos de la empresa, esta contribución se realiza discretamente, es decir, sin dar a conocer públicamente la contribución, ya que no procuran obtener beneficios para su imagen de marca.

➤ **Donación al Hogar de Martina:**

Desde hace diez años, a partir del año 2003 la empresa turística Lifestyle Holidays Vacation Resort dona una significativa ración de alimentos al Hogar de Martina, un orfanato de la ciudad de Puerto Plata donde residen niños y niñas abandonados, donde son cuidados, reciben educación, atenciones y sobre todo, amor.

La aportación por parte del hotel es mensual, contribuyendo con el funcionamiento de este centro y con sus gastos operativos, para que pueda continuar con su labor, de acoger a niños y niñas huérfanos o que deambulan por las calles y puedan formarse adecuadamente y convertirse en seres sanos emocionalmente y productivos para la sociedad.

Esta ayuda también se realiza discretamente sin ánimo de captar beneficios para su imagen.

➤ **Apoyo a las iniciativas del Clúster Turístico y Cultural de Puerto Plata:**

Desde el inicio de sus operaciones, el grupo turístico siempre ha mantenido un gran vínculo con las entidades de Puerto Plata que procuran el desarrollo de esta provincia, apoyando sus planes y eventos a través de patrocinios.

Entre estas organizaciones están el Clúster Turístico y Cultural de Puerto Plata, también las distintas asociaciones hoteleras como: la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Empresas Turísticas del Norte, la Asociación de Hoteles y Condominios de Playa Dorada, entre otras más.

Por segundo año consecutivo, esta empresa respalda un importante evento que es organizado por el Clúster Turístico y Cultural de Puerto Plata y es la feria Discover Puerto Plata Market Place, que tiene como finalidad impulsar el dinamismo turístico del otrora polo turístico más importante del país, y que en su versión 2013 incluyó el fortalecimiento de las relaciones comerciales con los turoperadores que promueven la región y el establecimiento de nuevos vínculos para ampliar el ámbito de la comercialización de este destino.

El grupo turístico también apoya la publicación periódica de la guía “Discover Puerto Plata”, que auspicia la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Empresas Turísticas del Norte y el Clúster, y que tiene por finalidad ser una herramienta para promover las atracciones turísticas, así como la riqueza geográfica y cultural que posee Puerto Plata, y que va dirigida al mercado local e internacional distribuyéndose en las 23 Oficinas de Promoción Turística que el Ministerio de Turismo de República Dominicana tiene alrededor del mundo.

El Clúster Turístico y Cultural de Puerto Plata es una institución que agrupa a múltiples actores de Puerto Plata, con el fin de incrementar el desarrollo de los principales sectores de la provincia. En el mismo se planifican y ejecutan actividades turísticas y culturales y además busca hacer que el turismo en Puerto Plata se convierta en una industria sostenible y más rentable.

2.2.3. Acciones sociales ejecutadas por públicos y aspectos.

(Ver tabla a continuación).

	Aspecto	Social	Económico	Ambiental
Tipo de Público				
Interno		Donación de útiles escolares a hijos de empleados.	Agasajo y entrega de salario No.14 por Día del Trabajo.	Áreas verdes y periféricas del hotel arborizadas.
		Celebración con empleados por premio RCI.	Gestión financiera productiva y eficiente.	Manejo adecuado de las aguas residuales.
		Celebración por décimo aniversario de la marca.	Cumplimiento de obligaciones fiscales.	Manejo adecuado de los desechos del complejo y las áreas periféricas.
		Celebración anual de fiesta de Navidad.	Remuneración económica satisfactoria.	Plan de riesgos para manejos de incidentes.
			Políticas de información y comerciales justas con los suplidores	
			Relación armónica con las empresas competidoras.	
Externo		Agasajo y donación a niños de Puerto Plata por Navidad.		
		Patrocinio a la organización social Integración Juvenil.		
		Donación a Hogar Crea de Puerto Plata.		
		Donación al Hogar de Martina.		
		Apoyo a iniciativas del Clúster Turístico de Puerto Plata		
		Ayuda a los colaboradores por necesidades especiales.		

Tabla No.1. Esquema de las acciones sociales ejecutadas por el complejo

Capítulo 3

Una visión renovada de compromiso con sus públicos.

3.1. Programa de Responsabilidad Social Corporativa para Lifestyle Holidays Vacation Resort.

Situación actual:

En sus 11 años de operaciones el complejo turístico Lifestyle Holidays Vacation Resort se ha mantenido ejecutando distintas acciones solidarias aisladas, que han tenido como finalidad contribuir con sus públicos.

Estas acciones las ha ejecutado adoleciendo de un programa de Responsabilidad Social, es decir, sin una orientación que le permita adoptar concienzudamente un comportamiento socialmente responsable, que derive consecuentemente en un modelo de sostenibilidad, el cual tribute en un compromiso a largo plazo con todos sus stakeholders.

3.1.1. Públicos objetivos:

Primarios: propietarios, empleados, clientes (huéspedes), suplidores, socios del club, desarrolladores, agencias touroperadoras (minoristas y mayoristas).

Secundarios: la comunidad local, las organizaciones turísticas, las autoridades locales, los medios de comunicación, las empresas competidoras, la sociedad en general y el gobierno.

3.1.2. Objetivos:

Objetivo General:

1. Ejecutar en Lifestyle Holidays Vacation Resort una gestión de Responsabilidad Social Corporativa que le permita ser una empresa socialmente responsable orientada al desarrollo sostenible, por medio de un programa sistemático, focalizado e inclusivo, alineado a sus directrices empresariales y a su filosofía organizacional.

Objetivos Específicos:

1. Propiciar en el grupo turístico un comportamiento ético y responsable frente a sus públicos internos, externos y el medioambiente.
2. Establecer políticas de desempeño en los ámbitos social, económico y ambiental que tengan un efecto beneficioso en cada una de estas dimensiones.
3. Impactar la gestión hotelera del complejo a través de las buenas prácticas de turismo sostenible, las cuales estarán integradas a este programa.
4. Reducir los impactos negativos de sus operaciones y maximizar los efectos positivos de su desempeño.
5. Desarrollar acciones puntuales que beneficien ampliamente a su imagen corporativa, que aporten a su posicionamiento estratégico y a sus ventajas competitivas.

3.1.3. Estrategias:

Establecer paulatinamente una nueva cultura en la organización que permita concienciar a todos los colaboradores sobre la importancia de cada uno de los ejes de la Responsabilidad Social Corporativa (la ética, la responsabilidad y la sostenibilidad), a través de las siguientes acciones:

- Poniendo en marcha un sistema de comunicación transversal integral (hacia sus públicos internos y externos) apoyado en canales diversos que garantice la fluidez y la retroalimentación entre la organización y todos sus stakeholders.
- Creando y practicando un Código de Conducta que norme las relaciones con los colaboradores, suplidores, proveedores, clientes y la comunidad local y que prohíba y sancione acciones incorrectas y abusivas.
- Creando y practicando el Manual de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible, que contenga todos los procesos y regulaciones en cuanto a ese modelo de gestión turística, el cual actualizará sus actuales procedimientos.
- Ejecutando prácticas innovadoras de turismo sostenible que abarquen a sus colaboradores, la comunidad local y la cultura nacional.
- Creando alianzas con los actores de las comunidades locales para promover las atracciones y bondades de estas zonas, a fin de que repercutan en su bienestar.
- Estableciendo el voluntariado corporativo con el involucramiento de todos los colaboradores de la organización, haciéndolos partícipes de la ejecución de determinadas prácticas.

3.2. Plan táctico:

3.2.1. Ámbito Social:

Aspecto Interno:

1. Reforzar el sistema de protección de salud y de seguridad ocupacional de los todos los colaboradores.
2. Establecer por áreas programas de capacitación y actualización para el desarrollo de las habilidades profesionales y destrezas laborales de los todos los colaboradores.
3. Establecer políticas de promoción laboral de acuerdo a los objetivos de los puestos de trabajo.
4. Brindar estabilidad laboral a todos los colaboradores y un clima de trabajo adecuado para el desempeño de las responsabilidades.
5. Crear el programa “*Mi primer empleo Lifestyle Holidays*” para los hijos de los empleados mandos medios y base, que hayan terminados sus estudios secundarios con calificaciones excelentes, para insertar anualmente un mínimo de jóvenes en las distintas áreas de servicio del hotel.
6. Donación anual de “*La Beca Lifestyle Holidays*” que consistirá en la cobertura total de la matrícula para los estudios universitarios al hijo del empleado medio y base que haya concluido sus estudios secundarios con el más alto índice (de 98 – 100 puntos).
7. Volver a establecer la donación anual de útiles escolares a los hijos de los colaboradores mandos medios y base al inicio de cada temporada escolar.
8. Mantener la política de ayuda a los colaboradores en caso de necesidades especiales como:
 - Arreglo de vivienda por desastres naturales.

- Ayuda para gastos funerarios por muerte de familiar (madre, padre e hijos).
 - Colocación laboral en la empresa para la esposa, en caso de la muerte del esposo, si era empleado de la misma.
9. Mantener el agasajo en mayo de cada año y la entrega del salario número 14, con motivo del Día Nacional del Trabajador, en donde se entregue el reconocimiento “*El empleado del año*”, de acuerdo a los índices de desempeño.
 10. Mantener en diciembre de cada año la realización del agasajo a los colaboradores con motivo de Navidad y la entrega de canastas navideñas.
 11. Dar a conocer a todos los colaboradores los premios y reconocimientos obtenidos por la empresa, acompañado de una carta de felicitación a los distintos departamentos de la empresa que hayan influido en la obtención del mismo.
 12. Reforzar para los clientes el programa de gestión de seguridad y de riesgos en las instalaciones, iniciando con la concienciación a los empleados de prestar ayuda inmediata a un huésped en caso de emergencia.
 13. Mantener el respeto a los Derechos Humanos, respetando la dignidad humana y evitando toda discriminación racial, por sexo, religión, ideología; así como mantener la honra al Código Laboral de República Dominicana.

Aspecto Externo:

1. Mantener con motivo de Navidad el agasajo a los casi mil niños procedentes de familias y localidades empobrecidas de Puerto Plata.

2. Mantener el patrocinio a la organización Integración Juvenil que protege a niños, niñas y adolescentes en condiciones vulnerables en Puerto Plata.
3. Mantener la donación mensual de alimento y lencería al Hogar Crea de Puerto Plata.
4. Mantener la donación mensual de alimentos al Hogar de Martina, orfanato de niños abandonados de la ciudad de Puerto Plata.
5. Mantener el respaldo a las iniciativas del Cluster Turístico y Cultural de Puerto Plata que impulsen la reactivación del turismo en la provincia, como la Feria Discover Puerto Plata Market Place, entre otras.
6. Crear el “Festival Dominicano” o “Dominican Festival”, en el mes de febrero de cada año, para promover los elementos de la cultura nacional con: presentación de grupos de música típica, exposiciones de artistas plásticos nacionales, ferias artesanales, un festival gastronómico de platos criollos, entre otros.
7. Crear un programa de promoción de la cultura local y nacional, a través de las siguientes acciones:
 - Agregar en la plaza comercial del hotel una tienda de artesanía fabricada por los grupos de artesanos de las distintas comunidades de Puerto Plata, que hayan sido elaboradas con recursos renovables sin agredir el medioambiente.
 - Crear una Sala de Arte y Exposiciones dentro del complejo para que los artistas plásticos de Puerto Plata expongan sus obras con opción de venta, cuyos recursos serán aportados al autor, además de destinarse a un fondo que se compartirá entre las distintas escuelas de arte de la ciudad para su funcionamiento y el mantenimiento de sus programas.
 - Integrar en el programa de entretenimiento del complejo la presentación de grupos musicales típicos, que procedan de las

comunidades locales, para que interpreten los ritmos musicales autóctonos.

8. Incorporar en la oferta de los restaurantes los productos comestibles elaborados por las comunidades locales como:

- El queso Geo y el bombón de melao del municipio de Imbert.
- Los quipes Bojos de la ciudad de Puerto Plata.
- El pescado del municipio de Maimón.
- El chocolate del municipio de Los Hidalgos o de Guanatico, entre otros.

9. Crear un programa por medio del cual donantes extranjeros (huéspedes y socios del club) donen medicamentos y equipos médicos para ser aportados a los distintos hospitales o centros médicos que tengan mayores carencias en cuanto a medicinas y equipos.

10. Sumarse a las iniciativas que condenan el trabajo y la explotación sexual infantil que han impulsado la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Empresas Turísticas de Puerto Plata.

11. Aportar al deporte con la reparación de instalaciones en las localidades de Puerto Plata que así lo necesiten, o con la donación a los grupos deportivos de utensilios como: pelotas, bates, guantes, uniformes, canchas, otros.

3.2.2. Ámbito Económico:

1. Mantener una gestión financiera transparente, productiva y eficiente, evitando prácticas corruptas y dolosas.
2. Establecer una administración financiera que procure maximizar las utilidades de la empresa.

3. Continuar cumpliendo todas las obligaciones fiscales que establecen las leyes dominicanas para las empresas.
4. Tener un desempeño financiero que genere rentabilidad satisfactoria para los socios e inversionistas de la empresa.
5. Mantener una remuneración satisfactoria para todos los colaboradores, acorde a su posición y funciones.
6. Mantener políticas comerciales justas en relación a la calidad / precio con los clientes.
7. Reforzar las políticas de información sobre los diversos productos turísticos, propiedades y servicios haciéndolas de forma más clara y objetiva, evitando que sea información engañosa.
8. Fortalecer el área del servicio al cliente apoyado en una gestiona ágil y efectiva con los clientes, respaldado en una comunicación fluida y eficiente.
9. Mantener las políticas de información y las relaciones comerciales con los suplidores en forma transparente y rentable para ambas partes.
10. Respetar y mantener una relación armónica con las demás empresas competidoras tanto locales, regionales y nacionales, asumiendo un respeto por la libre competencia.
11. Reforzar la integración y la coordinación de los procesos de gestión y administración del hotel, a través del trabajo en equipo, la participación y el compromiso de todos los colaboradores.

3.2.3. Ámbito Ambiental:

Aspecto Interno:

1. Establecer un programa de consumo responsable de agua, ahorrando este recurso, a través de las siguientes acciones:
 - Una señalética exclusiva con mensajes claves.

- Instalación de grifos y duchas con reductores de agua en las habitaciones y áreas comunes.
- Instalación de sanitarios de bajo consumo de agua en las habitaciones y áreas comunes.
- Incentivar la reutilización de toallas y sábanas en las habitaciones.
- Implementar equipos que permitan el ahorro del agua en las lavanderías, cocinas, jardines, otros.
- Reutilizar las aguas de desecho de las lavanderías y las duchas para los jardines.
- Captar y utilizar el agua lluvia para las lavanderías, los jardines y la limpieza de parqueos, pasillos, otros.

2. Establecer un programa de consumo responsable de energía eléctrica, incentivando el ahorro de energía, a través de lo siguiente:

- Una señalética exclusiva con mensajes claves.
- El uso de tarjetas electrónicas en las habitaciones para encender las luces y los acondicionadores de aires.
- El uso de sensores en las áreas comunes para encender luces y acondicionadores de aires.
- Instalación de bombillas de bajo consumo en las áreas comunes.
- Instalar calentadores de agua solares para los baños de las habitaciones, reduciendo así el uso de los calentadores eléctricos.
- Utilizar equipos eficientes y modernos en el consumo de electricidad.
- Considerar la instalación de paneles solares para generar energía y así disminuir el consumo de la energía convencional.

3. Establecer una política de reducción, reutilización y reciclaje de materiales y equipos, a través de:
 - Reducción del uso de material plástico.
 - Reducción del uso o No uso de artículos no biodegradables.
 - Instalación de secadores de mano en vez de toallas de papel en los baños comunes.
 - Reutilizar los materiales de oficina.
 - Reciclar algunos objetos y convertirlos en piezas decorativas, otros.
4. Usar productos biodegradables como: productos de limpieza, productos para los jardines, servilletas y papel higiénicos, suministros de oficina, otros.
5. Fortalecer el sistema de manejo de los desechos producidos por el complejo y los de las zonas periféricas, así como su depósito en el vertedero municipal.
6. Establecer una política de clasificación de los desechos de acuerdo a su naturaleza: vidrio, plástico, papel y orgánicos, y asegurarse que tengan un vertido adecuado en el vertedero municipal.
7. Establecer un plan de riesgos que involucre la prevención y manejo adecuado de incidentes provocados por fenómenos y desastres naturales como: huracanes, terremotos, inundaciones, incendios, otros.
8. Crear un vivero orgánico para el cultivo de vegetales, frutas y hortalizas que sirvan como ingredientes para la elaboración de los platos en los restaurantes.
9. Arborizar el hotel, sobre todo en los jardines, sembrando árboles nativos, que generen aire fresco y sombra y sirvan de refugio para

aves que disminuyen la presencia de insectos y parásitos que provocan enfermedades.

Aspecto Externo:

1. Ejecutar un plan de reforestación de plantas nativas practicando el voluntariado con los colaboradores del hotel en zonas que necesiten ser arborizadas. Cada año se deberá escoger una zona nueva de la provincia.
2. Ejecutar un plan anual de limpieza de playas y costas en la provincia, practicando el voluntariado con los colaboradores.
3. Ejecutar un plan anual de recogida de desechos en alguna área protegida de la provincia, empleando el voluntariado con los colaboradores.
4. Crear y poner en marcha una campaña ambiental de concienciación para mantener la provincia libre de basura con especial interés en: playas, lugares turísticos e históricos, parques naturales, otros.
5. Iniciar una política de adquisición de productos empacados con la mínima cantidad de material artificial de embalaje, para reducir el consumo de recursos no renovables.
6. Gestionar la certificación Bandera Azul para las playas donde se encuentren las propiedades del grupo turístico: Cofresí, El Cortecito, El Limón.

3.2.4. Cronograma general de actividades propuesto.

(Ver tabla a continuación).

	Actividades
Mes	
Enero	Jornada de recogida de desechos en un área protegida de la provincia, después de diciembre, época en que se producen muchos desperdicios.
Febrero	Celebración del “Festival Dominicano” (una semana de duración), con la integración de los actores de las comunidades locales.
Marzo	Lanzamiento y puesta en marcha de un programa de concienciación ambiental para mantener la provincia libre de basura, con interés en playas, lugares turísticos, parques naturales, otros.
Abril	Inicio de creación del vivero orgánico
Mayo	Agasajo y entrega de salario del salario No.14 a empleados por Día Nacional del Trabajo.
Junio	Jornada de reforestación con plantas nativas con los colaboradores del hotel.
Julio	Entrega de la “Beca Lifestyle Holidays” para estudios universitarios a hijo de empleado.
Agosto	Lanzamiento y puesta en marcha del programa “Mi primer empleo en Lifestyle Holidays”, para hijos de empleados.
Septiembre	Donación anual de útiles escolares a hijos de empleados.
Octubre	Jornada de limpieza de costas en la provincia con los colaboradores del complejo.
Noviembre	Firma del acuerdo contra el trabajo y la explotación sexual infantil, con la asistencia de un conferencista internacional, auspiciada por el complejo.
Diciembre	Agasajo y donación de juguetes a niños de Puerto Plata Agasajo a empleados y entrega de salario No.13 a empleados.

Tabla No.2. Cronograma general de actividades.

3.3. Resultados esperados:

- ✓ Mantener a clientes y socios leales y fidelizados y aumentar el número de clientes nuevos debido a la buena imagen del complejo turístico.
- ✓ Mejorar el posicionamiento competitivo de la empresa en base a su comportamiento ético y responsable.
- ✓ Lograr en los colaboradores una identificación total con la cultura de la organización y su sistema de valores, a fin de que su desempeño sea en consonancia con estos.
- ✓ Generar un sentimiento de orgullo de pertenencia y motivación en todos los colaboradores que redunde en la conquista de sus metas de productividad tanto individuales como por equipo (departamentales).
- ✓ Alcanzar un clima laboral excelente con un bajo nivel de ausentismo y de rotación, y una alta retención de talentos.
- ✓ Alcanzar altos niveles de rentabilidad que produzca excelentes beneficios para propietarios, socios e inversionistas, impactando también de manera positiva a suplidores y proveedores.
- ✓ Obtener un ahorro en los gastos de operaciones debido al consumo responsable de agua y energía, que no dañe la calidad de la oferta y sus servicios.
- ✓ Reducir considerablemente el impacto ambiental de las operaciones, y que el medioambiente y los recursos naturales en las regiones donde se encuentran las propiedades sean protegidos y preservados.
- ✓ Que los colaboradores, suplidores, proveedores, las comunidades locales y el entorno externo en general se concientice sobre el cuidado al medioambiente y la conservación de los recursos naturales.
- ✓ Que los colaboradores y las comunidades locales alcancen niveles satisfactorios de bienestar y progreso.

- ✓ Alcanzar altos niveles de rendimiento en las evaluaciones de la norma ISO 26000 en cuanto al comportamiento socialmente responsable de la organización.
- ✓ Obtener un excelente nivel de desempeño en las mediciones del Global Reporting Initiative (GRI).
- ✓ Obtener excelentes opiniones y valoraciones en las encuestas de satisfacción aplicadas a los colaboradores y suplidores.
- ✓ Ganar certificaciones reconocidas por sus buenas prácticas de turismo sostenible.

3.4. Mediciones del plan:

Para una comprobación y validación de los objetivos de este programa de Responsabilidad Social Corporativa y determinar la eficacia de los resultados de las acciones planteadas, se proponen los siguientes mecanismos de medición:

1. Encuesta a colaboradores y suplidores.
2. GRI (Global Reporting Initiative): Sistema que medirá el desarrollo económico, social y ambiental de la organización, a través de una memoria presentada por la misma.
3. ISO 26000: Ofrecerá una guía que permitirá alcanzar los objetivos del programa de Responsabilidad Social para llegar a ser socialmente responsable.

CONCLUSIONES

Para realizar este estudio basado en una investigación cualitativa que permitiera la creación de un programa de Responsabilidad Social Corporativa para el grupo turístico Lifestyle Holidays Vacation Resort, el punto de partida fue conocer las gestiones sociales llevadas a cabo por esta empresa para avanzar hacia un proyecto de RSC, el cual deberá tener incorporadas las acciones tácticas que se obtuvieron del proceso de encuesta y entrevistas con los stakeholders, así como otras recogidas de las demás fuentes.

En esta indagación se determinaron los siguientes hallazgos que son expuestos como puntos de conclusión:

- Se confirmó nuestra hipótesis de que las acciones filantrópicas que ejecuta el complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort deben evolucionar a una gestión de Responsabilidad Social Corporativa para poder alcanzar la sostenibilidad, a la vez que, estas deben incorporar a todos los grupos de interés de esta organización.
- Se obtuvieron resultados que registran un avance sobre los beneficios que aporta la Responsabilidad Social Corporativa y las acciones que debe contener un programa de esta categoría, donde el cuidado al medioambiente ocupó el primer lugar dentro de las iniciativas levantadas.
- En ese mismo tópico, se detectó en segundo lugar que un programa de este tipo aplicado al complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort debe contener políticas sobre consumo responsable del agua, la

energía, de reutilización de materiales, de reforestación, así como un manejo adecuado de los desechos y de las aguas residuales.

- Se detectó un interés en el público interno, especialmente de los colaboradores de este hotel, de que la empresa continúe realizando aportaciones benéficas hacia los segmentos de mayor carencia y vulnerabilidad, y que contribuyan con las comunidades más empobrecidas de Puerto Plata.

- De ahí también, se constató que aún persiste el falso criterio de que la Responsabilidad Social Corporativa consiste en realizar actividades filantrópicas, tales como donaciones y patrocinios, como vías para colaborar con el bienestar de las poblaciones del entorno y de la sociedad en general.

- Otro criterio comprobado sobre el tema en cuestión se refiere a que aún permanece la concepción de que la Responsabilidad Social Corporativa se reduce a una actividad en el que las empresas devuelven a la sociedad lo que esta les ha permitido obtener.

- Una minoría hizo alusión a la actitud ética y transparente, la cual deberá reforzar esta organización a partir de un programa de Responsabilidad Social Corporativa, sobre todo en lo que concierne a sus ejecutorias financieras, un eje que es de vital importancia en programas de este tipo.

- Se comprobó que una gestión socialmente responsable en el complejo turístico contribuiría significativamente a fortalecer su imagen corporativa y de marca y aportaría también a su buen desempeño estratégico, sobre todo si se abordan prácticas de sostenibilidad.

- Se descubrió que el seno de este grupo turístico existe el interés de abordar un modelo sostenible que le permita seguir brindando una oferta diferenciadora con atractivos únicos, lo que fortalecería su desempeño competitivo.
- A pesar de que el sector turístico es un gran consumidor de los recursos naturales, en los cuales en gran medida apoya su oferta, se detectó un despertar del sector hotelero hacia las prácticas del turismo sostenible, en procura de minimizar el impacto de sus actividades, de preservar el medioambiente, también de promover la cultura local como atractivo complementario, y de aportar a las condiciones de vida de empleados y comunidades locales.
- Esto queda comprobado con el proceso de clusterización que ha emprendido el sector turístico nacional, como un modelo alternativo para el desarrollo competitivo y sustentable. En esta investigación comprobamos ese apoyo irrestricto de Lifestyle Holidays Vacation Resort a las iniciativas del Cluster Turístico y Cultural de Puerto Plata que procuran reimpulsar el dinamismo turístico en ese polo.
- Se confirmó que un proyecto de Responsabilidad Social Corporativa tiene necesariamente que girar en torno a los grupos de interés de esta empresa, tomándolos en cuenta y haciéndolos partícipes del mismo, lo cual tendría como resultado: clientes más fieles y repitientes, se reforzaría la calidad de vida para sus colaboradores, y también se beneficiarían las localidades periféricas.

- Se constató que el concepto de Responsabilidad Social Corporativa es aún muy joven en República Dominicana con un camino por delante que recorrer para que se asuma como una gestión adherida a las directrices empresariales de las organizaciones.

- Se detectó que aún se percibe que esta gestión es una tarea más del departamento de Comunicación o de Relaciones Públicas de las empresas, sin embargo, si bien es cierto que aunque sus ejecutorias pueden ser llevadas a cabo por esta área, si se asume como un proyecto alineado a la visión estratégica de una organización, merece ser desarrollada por una unidad aparte, que despliegue su plan táctico con un personal entrenado para llevarlo a cabo, pero es vital su interdependencia con el área de Comunicación, al igual que la de Recursos Humanos, Mercadeo, entre otras.

RECOMENDACIONES

A continuación proponemos una serie de sugerencias a tomar en cuenta no solo en la creación de un programa de Responsabilidad Social Corporativa sino para su implementación, las cuales tienen como propósito aportar a su correcta y adecuada ejecución, y a que los objetivos y resultados planteados pueden ser obtenidos exitosamente.

A continuación enumeramos las recomendaciones:

No.1) Crear una estructura para gestionar el programa de Responsabilidad Social Corporativa.

Para llevar a cabo una gestión de Responsabilidad Social Corporativa es pertinente la creación de una estructura organizacional alineada a la visión estratégica de la empresa y a su filosofía corporativa, la cual dependerá directamente de la gerencia general, y reportará a esta misma área.

En ese sentido se creará un departamento encabezado por un ejecutivo, cuyo puesto será: Director de Responsabilidad Social Corporativa.

Las funciones de este ejecutivo serán:

- Crear, dirigir, gestionar y evaluar el proyecto de Responsabilidad Social Corporativa, por medio de un plan táctico factible, flexible y medible.

Sus responsabilidades deberán ser:

- ✓ Diseñar e impulsar las políticas de RSC.

- ✓ Poner en marcha, dar seguimiento y evaluar cada una de las iniciativas del programa de RSC.
- ✓ Mantener un estrecho vínculo con los departamentos de Recursos Humanos, de Comunicación, de Operaciones, otros.
- ✓ Mantener un contacto permanente con todos los stakeholders, a través del diálogo y encuentros por distintas vías.
- ✓ Redactar reportes periódicamente, así como las memorias anuales de RSC.

El Organigrama del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa deberá ser:



Figura No.9. Organigrama del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa. En Anexo.

**Ubicación del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa
propuesto dentro del organigrama corporativo:**

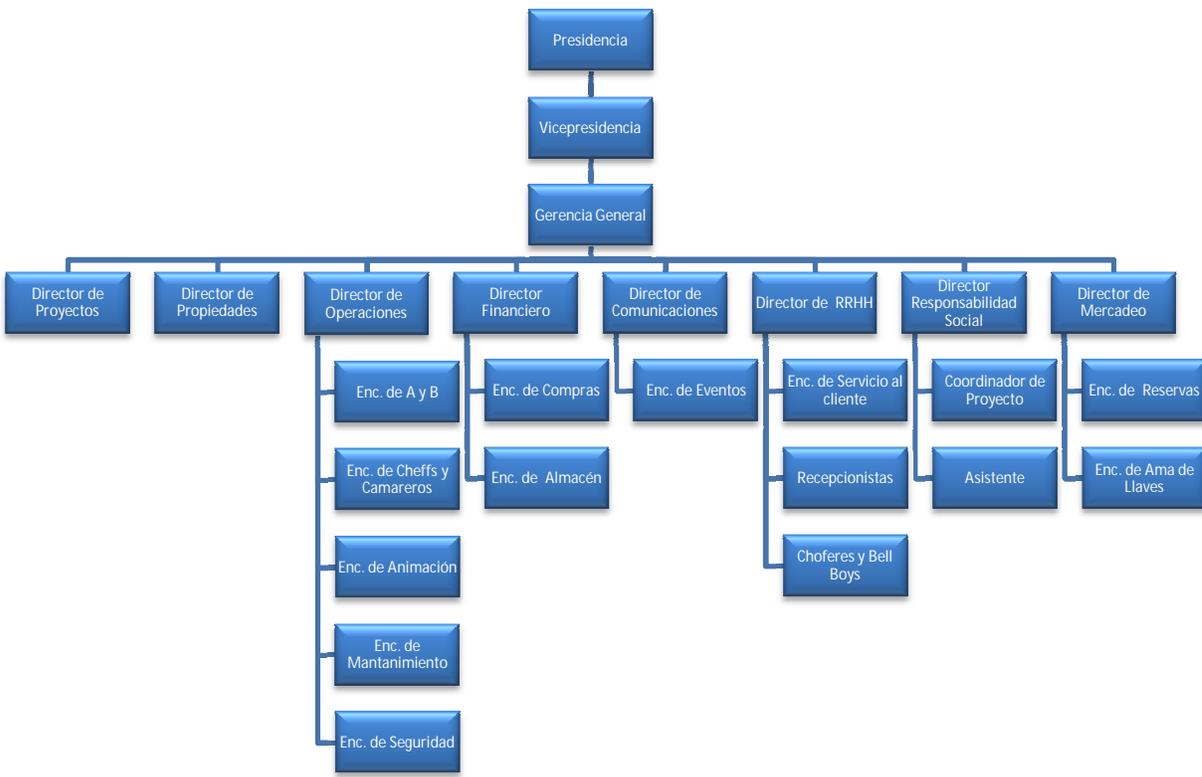


Figura No.10. Departamento de Responsabilidad Social Corporativa integrado al organigrama corporativo de Lifestyle Holidays Vacation Resort. En Anexo.

2-) Reenfocar la gestión de comunicación:

A partir de un programa de Responsabilidad Social Corporativa, las gestiones de comunicación del complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort también deberán ser reenfocadas tanto en su orientación interna como externa, partiendo de la transversalidad en esta organización, que a su vez permitirá establecer la nueva cultura de Responsabilidad Social.

La comunicación tendrá que ser un elemento vital en este proceso que deberá partir de una planificación estratégica que tome en cuenta todos los stakeholders de la organización, la cultura corporativa, los objetivos empresariales, y los propios objetivos del programa de Responsabilidad Social Corporativa, para luego definir las estrategias y tácticas, seleccionar los mensajes claves y los canales adecuados, como un conjunto de elementos que ayudarán a lograr los resultados esperados de la misma comunicación como del programa de Responsabilidad Social Corporativa propuesto.

La comunicación deberá ser un ejercicio igualmente responsable, y para que lo sea será obligatorio que sea precisa, coherente, oportuna y veraz. Es importante que escuche a todos sus públicos, que no improvise sino que planifique de acuerdo al perfil de cada uno, y que difunda las características de responsabilidad y sostenibilidad de la empresa.

No.3) Renovar la gestión de mercadeo:

Integrar a la gestión hotelera del complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort un programa de Responsabilidad Social Corporativa también exigirá la reorientación de las estrategias de comercialización de este enclave y de todos sus productos, las cuales deberán estar basadas en prácticas de mercadeo responsable, que consistirán en acciones éticas, transparentes e igualmente sostenibles.

Sus planes de mercadeo deberán estar basados en las fortalezas reales de la propiedad, sin mentir, engañar ni omitir cuando utilice la promoción, la publicidad, el marketing 2.0 ó cualquier herramienta para comunicar sus mensajes corporativos, los cuales deberán ser elaborados en forma clara y objetiva, lejos de ser confusos, imprecisos o falsos.

No.4) Reorientar el Departamento de Recursos Humanos.

Poner en marcha este programa de Responsabilidad Social Corporativa precisará de una reorientación del área de Recursos Humanos, la cual deberá denominarse Departamento de Gestión Humana, en vista de que la esencia misma de la Responsabilidad Social son los seres humanos, y los principales clientes de las organizaciones son sus colaboradores, y de manera enfática porque se trata de una empresa turística y el turismo es una actividad que consiste en un dicho que reza: “gente atendiendo gente”.

Estas son las razones por las cuales este departamento deberá ampliar sus funciones y objetivos, adoptando un estilo gerencial orientado a la responsabilidad, que no solo reclute personal, sino que promueva el desarrollo de sus colaboradores, que gestione sus capacidades, fortalezas, cualidades y valores, lo cual redundará en un desempeño mucho más eficiente y en una mayor productividad para la empresa, además de contribuir con su lealtad y satisfacción de pertenencia.

No.5) Identificación total con el modelo de sostenibilidad.

Será necesario tener una comprensión cabal sobre este modelo al cual apuntan las organizaciones en este era, y este programa de Responsabilidad Social Corporativa será el medio que permitirá llegar a esa meta final que es la sostenibilidad, que no es sólo priorizar sobre los objetivos financieros, sino procurar el bienestar del personal, de las

comunidades locales, de la sociedad el general, y velar por la conservación del medioambiente.

Sin embargo, es importante tomar en cuenta que ese bienestar jamás se logrará si las tácticas están basadas únicamente en acciones filantrópicas, porque es menester avanzar hacia un proyecto que garantice auténticamente el progreso social y la protección de la casa grande de todos: el planeta.

REFERENCIAS

1. Orjuela Cordoba, Sandra (2011). La Comunicación en la Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. Revista *Correspondencias y Análisis*. Recuperado en fecha: 01 de noviembre de 2013, de: http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/rp/comunicacion_ge stion.pdf
2. Pizzolante Negrón, Italo (2009). De la Responsabilidad Social a la Empresa Socialmente Responsable. Madrid, España: Editorial Ciencias Sociales.
3. Larrea, Juan José (2008). Responsabilidad Social. Tendencias en las empresas Latinoamericanas. Revista *Apuntes del Dircom*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Dircom. Páginas 143-154.
4. Michelén, Jesús Elías. (2009). Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Santo Domingo, República Dominicana: Editora Búho.
5. Rodán, L. (2010). Empresas responsables están generando un poderoso impacto social. Revista *Gerente*. Caracas, Venezuela. Páginas 14-15.

6. Guía Buenas Prácticas para Turismo Sostenible. (2008). Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance. Rainforest Alliance Guatemala. Guatemala.
7. Estudio de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas turísticas de la provincia de Málaga. (2010). Roadmap Excelencia y Responsabilidad, SL.
8. <http://www.monografias.com/trabajos24/responsabilidad-social-corporativa/responsabilidad-social-corporativa.shtml>. Recuperado en fecha: 17 de noviembre de 2013.

ANEXOS

UNIVERSIDAD APEC



Escuela de Graduados

Maestría en Comunicación Corporativa

Anteproyecto

***Creación del programa de Responsabilidad Social Corporativa
para el complejo turístico Lifestyle Holidays Vacation Resort,
(Cofresí, Puerto Plata)***

Luisa Karina López

2012-0697

Facilitadora:

Alicia Puello

Santo Domingo, R.D.

20 de septiembre de 2013

INDICE

I. Selección y definición del tema

1.1.	Planteamiento del problema	71
1.2.	Objetivos de la investigación	72
1.2.1.	Generales	72
1.2.2.	Específicos	72
1.3.	Justificación de la investigación	73
1.4.	Marco de referencia	74
1.5.	Aspectos metodológicos	80

III. Tabla de contenido

IV. Bibliografía preliminar

V. Anexos

5.1.	Herramientas de investigación	
------	-------------------------------	--

I. ELECCIÓN Y DEFINICIÓN DEL TEMA.

Creación de un programa de Responsabilidad Social Corporativa para el complejo turístico Lifestyle Holidays Vacation Resort, Cofresí, Puerto Plata.

1.1. Planteamiento del problema.

El abordaje de este tema de investigación obedece a la necesidad descubierta en el complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort de que sus acciones sociales, las cuales se reducen estrictamente a filantropía (donación) y patrocinio, evolucionen a un programa de Responsabilidad Social Corporativa, alineado a las estrategias empresariales de este grupo turístico y que abarque a todos sus stakeholders.

Conocida esa situación, se plantea como hipótesis que las acciones filantrópicas de donación y patrocinio que ejecuta esta propiedad no aportan para que esta organización pueda alcanzar la sostenibilidad, ya que no forman parte de una gestión de Responsabilidad Social Corporativa que abarque a todos sus stakeholders.

En consecuencia, este proyecto contribuirá a que esta organización asuma de manera comprometida un comportamiento ético y responsable frente a sus públicos internos y externos, ante el medioambiente y las comunidades contiguas, además de impactar en su gestión hotelera, a partir de un programa de esta naturaleza, haciendo de ella una empresa sostenible y socialmente responsable.

Este proyecto será creado en coherencia con la filosofía corporativa de este grupo y pretenderá contribuir positivamente con su posicionamiento estratégico.

2.3 Objetivos de la investigación.

2.3.1 General.

1. Detectar nuevas áreas en las que el complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort pueda aplicar un programa de Responsabilidad Social Corporativa, que potencialice su imagen corporativa y de marca y beneficie sus ventajas competitivas.

2.3.2 Específicos.

1. Demostrar que el complejo puede optimizar su gestión hotelera y sus servicios turísticos de acuerdo a las estrategias de un programa de Responsabilidad Social Corporativa.
2. Determinar que el complejo puede lograr un desempeño ético y responsable frente a sus stakeholders, a través de una gestión de Responsabilidad Social Corporativa.
3. Plantear acciones que contribuyan al cuidado y la preservación del medioambiente que circunda las propiedades que pertenecen a esta marca turística.

2.4 Justificación de la investigación.

Esta investigación será realizada con el propósito de concienciar a esta empresa sobre la importancia de ejecutar una gestión de Responsabilidad Social Corporativa a través de un programa inclusivo, sistemático y permanente, como parte de su visión estratégica, cuyas acciones aporten valor a la marca.

La indagación conjugará técnicas que serán teóricas y prácticas, ya que se hará una reflexión sobre las teorías y los principios de la Responsabilidad Social Corporativa aplicados al sector hotelero, además de proponer dentro de un programa estrategias que permitan lograr los objetivos del mismo.

Dentro de las herramientas y fuentes de recolección de información que se utilizarán están: la observación, la entrevista, el análisis bibliográfico y documental, la Internetgrafía, mientras que el análisis a realizar será de tipo cualitativo, para una contrastación de todas las variables.

2.5 Marco de referencia.

Marco teórico.

Esta investigación será elaborada partiendo de los conceptos y planteamientos más modernos que sobre Responsabilidad Social Corporativa han esbozado en sus obras más recientes los siguientes expertos en el tema:

Italo Pizzolante, italiano, autor de la obra “De la Responsabilidad Social Empresarial a la Empresa Socialmente Responsable”, del año 2009.

Víctor Guédez, venezolano, autor de la obra “Ser confiable. RS y Reputación Empresarial”, del año 2008.

Uno de los planteamientos más fundamentales sobre los cuales radica este estudio, es el que expone Italo Pizzolante, quien explica en su obra la definición más reciente sobre la Responsabilidad Social Empresarial, expedida en marzo del 2012: “La Responsabilidad Social Empresarial es un proceso de gestión y manera de manejar las empresa, conectado con los impactos, que es lo que hace a una empresa socialmente responsable o no”.

Agrega que “es la conexión entre los hechos sociales con las decisiones que las empresas toman en la sociedad y con esa conciencia que está determinada por los valores que hace que la empresa se organice mucho más consciente y responsable...”

En ese mismo orden, explica que “es un programa o un proyecto, que trasciende la pura filantropía para crear procesos de gestión basados en que ‘con mis acciones’ puedo modelar el entorno económico con lo social y el espacio político en el actuamos las empresas”.

De su lado, Víctor Guédez, en su libro describe del objeto de estudio de la siguiente forma: "...no se trata de aplicar una técnica, de poner en operación un proyecto, o de meterse en un nicho acomodaticio para mantenerse; más bien, la responsabilidad social tiene que ver esencialmente con asegurar la competitividad y con alcanzar la sostenibilidad en una sociedad compleja, cambiante y exigente".

Para Guédez, "la finalidad de la Responsabilidad Social es la sostenibilidad, entendiendo la gestión de Responsabilidad Social Empresarial como el equilibrio entre el crecimiento económico, la equidad social y la preservación ambiental. Y otro de sus fines es el capital social, el cual está dado por la conjugación de las 5C: comprensión, confianza, capacidad asociativa, comportamiento cívico y conducta ética", asegura.

Marco conceptual.

Competitividad:

Es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado.

Complejo turístico:

Es un entorno diseñado específicamente para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente en todo momento y poniendo a su disposición una amplia gama de servicios turísticos tales como alojamiento, restauración, actividades deportivas y de ocio en general. Todo un abanico de posibilidades que harán de su estancia en nuestra región un recuerdo inolvidable.

Comunidad:

Es un grupo o conjunto de individuos, seres humanos, o de animales (o de cualquier otro tipo de vida) que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio por ejemplo), estatus social y roles.

Cultura corporativa:

Es el conjunto de creencias, valores y pautas de conducta, compartidas y no escritas, por las que se rigen los miembros de una organización, y que se reflejan en sus comportamientos. Es decir, la cultura

de una organización es el conjunto de códigos compartidos por todos –o la gran mayoría– los miembros de una entidad.

Filosofía corporativa:

Es la concepción global de la organización establecida por la alta dirección para alcanzar las metas y objetivos de la misma. Representa los “*principios básicos*” (creencias, valores y pautas de conducta) que la entidad debería poner en práctica para llegar a cumplir sus metas y objetivos finales fijados.

Gestión:

Se refiere a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión es también la dirección o administración de una compañía o de un negocio.

Hotel:

Es una propiedad planificada y acondicionada para otorgar servicio de alojamiento a las personas temporalmente y que les permite a los visitantes sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías, también servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento.

Huésped:

Es el individuo que se encuentra alojado u hospedado en un hogar ajeno o en la habitación de un hotel. Es un cliente que paga por utilizar las instalaciones de un hotel, un hostel, una posada o un albergue turístico.

Imagen:

Es la estructura o esquema mental que una persona, grupo de personas o entidades tiene sobre un sujeto (una organización, producto, servicio, ciudad, país, otro.), compuesta por un conjunto de asociaciones que dichos públicos utilizan para identificar, diferenciar y evaluar a dicho sujeto de otros.

Medioambiente:

Es un sistema formado por elementos naturales y artificiales que están interrelacionados y que son modificados por la acción humana. Se trata del entorno que condiciona la forma de vida de la sociedad y que incluye valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y momento determinado.

Los seres vivos, el suelo, el agua, el aire, los objetos físicos fabricados por el hombre y los elementos simbólicos (como las tradiciones, por ejemplo) componen el medio ambiente.

Responsabilidad Social Corporativa:

Es "una visión de negocios que integra a la gestión de la empresa, el respeto por: los valores y principios éticos, los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente". Según la organización Desarrollo de la Responsabilidad Social, DERES.

Sostenibilidad:

Se refiere a satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades.

Stakeholders:

Es cualquier grupo o persona que pueda afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa. Agrupa a trabajadores, organizaciones sociales, accionistas y proveedores, entre muchos otros actores clave que se ven afectados por las decisiones de una empresa. Equivale a grupo de interés.

Valores y principios éticos:

Se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, el ambiente en donde trabajan, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud, seguridad laboral, otras.

Turismo:

Es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes).

2.6 Aspectos metodológicos.

Tipo de estudio

La presente investigación será realizada sobre la base de un estudio exploratorio, cuyo alcance permitirá un contacto fundamental con el objeto de esta investigación, y una evaluación de las variables y los ejes que la componen.

Asimismo, derivará a una mejor comprensión de los principios de Responsabilidad Social Corporativa, sobre los cuales se sustentará el que será propuesto al complejo hotelero Lifestyle Holidays Vacation Resort, situado en Cofresí, Puerto Plata.

3 TABLA DE CONTENIDO.

Capítulo 1. Una inspección en el complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort.

Objetivo: Conocer todo lo concerniente sobre esta propiedad turística y su modelo de negocio.

Capítulo 2. Una empresa con vocación de contribuir al bienestar social.

Objetivo: Exponer el conjunto de acciones sociales que a lo largo de la última década ha ejecutado Lifestyle Holidays Vacation Resort.

Capítulo 4. Una visión renovada de compromiso con sus públicos, el medioambiente y la comunidad.

Objetivo: Presentar el nuevo programa de Responsabilidad Social Corporativa para el complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort.

IV. BIBLIOGRAFÍA PRELIMINAR.

- 1- De Jesús, A. (diciembre 2008). Empresas socialmente comprometidas. *Revista Santo Domingo Times*. Santo Domingo, República Dominicana. Páginas 10-57.
- 2- Guédez. Víctor. (2008). RS y Reputación Empresarial. Venezuela: Editorial Planeta.
- 3- Larrea, Juan José (2008). "Responsabilidad Social. Tendencias en las empresas Latinoamericanas". *Revista Apuntes del Dircom*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Dircom. Páginas 143-154.
- 4- Michelén, Jesús Elías. (2009). Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Santo Domingo, Republica Dominicana: Editora Búho.
- 5- Pizzolante Negrón, Italo (2009). De la Responsabilidad Social a la Empresa Socialmente Responsable. Madrid, España: Editorial Ciencias Sociales.
- 6- Rodán, L. (2010). Empresas responsables están generando un poderoso impacto social. *Revista Gerente*. Caracas, Venezuela. Páginas 14-15.

V. ANEXOS.

Modelo de éxito en el turismo dominicano:

Programa de Responsabilidad Social Corporativa de Puntacana Resort & Club.

Herramientas de investigaciones a usar:

La principal herramienta empleada para el levantamiento de datos a utilizar en el campo de trabajo será la entrevista, apoyada en cuestionarios puntuales, tomando en consideración las acciones sociales que se ejecutan en la organización y su visión en cuanto a un plan de Responsabilidad Social.

Cuestionarios:

No.1. Para aplicarse al encargado de coordinar las acciones sociales (al futuro Director de Responsabilidad Social Corporativa).

1. ¿Cómo mide el avance de las acciones sociales que ha desarrollado el complejo desde el 2001-2012?
2. ¿Defina cuáles han sido las estrategias y los objetivos de estas acciones?
3. ¿En cuáles renglones se pueden medir los aportes de estas gestiones?
4. ¿Cuáles áreas puede abarcar un programa de Responsabilidad Social Corporativa en el complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort?
5. ¿Qué opina sobre el impacto de una gestión de Responsabilidad Social Corporativa hacia sus públicos internos y externos y la conservación del medioambiente?
6. ¿Cómo cree que un programa de Responsabilidad Social Corporativa aportaría al desempeño ético y responsable del complejo?

7. ¿Qué opinión tiene sobre los efectos que tendría en la imagen de la empresa un programa de Responsabilidad Social Corporativa?

8. ¿Cómo cree que un programa de Responsabilidad Social Corporativa aportaría a optimizar la gestión hotelera del complejo y sus servicios?

No.2: Para aplicarse al Gerente General del complejo.-

1. ¿Está de acuerdo con que la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa del grupo esté alineada a su estrategia empresarial?
2. Describa la visión de los directivos frente a una gestión de Responsabilidad Social Corporativa como un plan inclusivo y sistemático.
3. Describa la visión de los ejecutivos del grupo en cuanto a un fenómeno de importancia global como es una gestión de Responsabilidad Social Corporativa.
4. ¿Qué opinión tiene sobre los resultados que aportaría la ejecución de un programa de Responsabilidad Social Corporativa?

No.3: Para aplicarse a públicos internos y externos.-

Sexo____ Edad____ Es empleado del hotel: Si____ No____

1. ¿Cuáles áreas puede abarcar un programa de Responsabilidad Social Corporativa en el complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort?
2. ¿Cómo cree que esto aportaría a la imagen de este complejo turístico?
3. ¿Cómo cree que un programa de Responsabilidad Social Corporativa aportaría a optimizar su gestión hotelera y sus servicios?
4. ¿Cómo beneficiaría a los empleados y huéspedes y a todos los colaboradores externos del complejo un programa de Responsabilidad Social Corporativa?
5. ¿Con cuáles acciones puede aportar un programa de Responsabilidad Social Corporativa del complejo Lifestyle al cuidado del medioambiente donde se encuentra?

ANEXO 2

Técnicas de investigación utilizadas

La investigación realizada en torno a este tema fue de tipo cualitativo, que permitió un acercamiento y una mayor comprensión del objeto de estudio, partiendo de un estudio exploratorio para avanzar hacia un conocimiento más profundo. Las herramientas de investigación fueron las siguientes:

Entrevistas no estructuradas:

Se aplicó esta modalidad de entrevista para obtener una respuesta mucho más amplia de los públicos internos y externos sobre el objeto de estudio y su visión del tema.

➤ **Encuesta:**

A la muestra seleccionada se le aplicó una encuesta apoyada en un cuestionario para conocer sus opiniones y valoraciones.

➤ **Observación:**

Se visitó la propiedad para constatar directamente aspectos fundamentales sobre el medioambiente y el entorno natural de la propiedad, el escenario laboral y el ánimo de los empleados, así como el servicio al cliente, el entusiasmo de los huéspedes, entre otros.

➤ **Análisis bibliográfico:**

Se realizó un estudio minucioso de distintas fuentes para obtener mayor información y conocimiento acerca de lo que es la Responsabilidad Social Corporativa, y también sobre su vinculación con el turismo, lo mismo que para indagar acerca del modelo de sostenibilidad que se gestiona en los hoteles.

➤ **Análisis documental:**

Se hizo una indagación en los reportes de prensa anuales la empresa para extraer información sobre las iniciativas de gestión social que el hotel ha emprendido en la última década, desde la creación de la marca Lifestyle Holidays Vacation Resort.

✓ **Tamaño de la muestra:**

Fueron alcanzadas 52 personas, divididas en:

Por sexo:

- 24 mujeres / 28 hombres

Por edad:

- 25 - 50 años

Nivel de escolaridad:

- Entre grado y postgrado.

Por tipo de público:

- 27 personas del público interno.
- 25 personas del público externo.

Puestos ocupados dentro del público interno:

Dos gerentes de la organización:

- 1 (una) persona que es Gerente General del complejo turístico.
- 1 (una) persona que es la ejecutiva encargada de coordinar las acciones sociales que la propiedad lleva a cabo.
- 25 personas que ocupan puestos medios, divididas como sigue:

5 (tres) de la dirección de Finanzas.

5 (cinco) de la dirección de Mercadeo y Ventas

5 (cinco) de la dirección de Recursos Humanos.

4 (cuatro) del área de Operaciones.

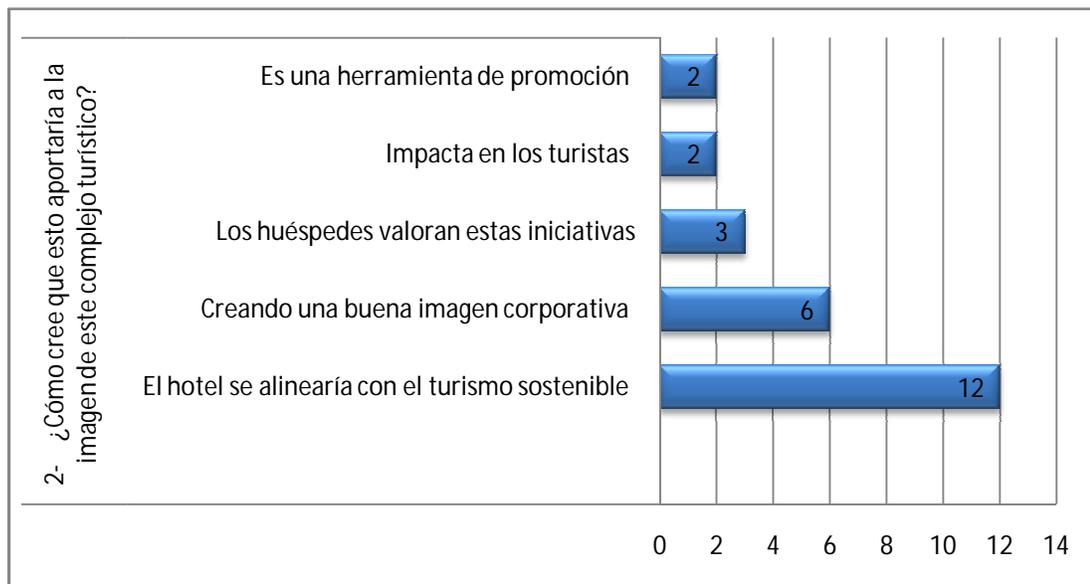
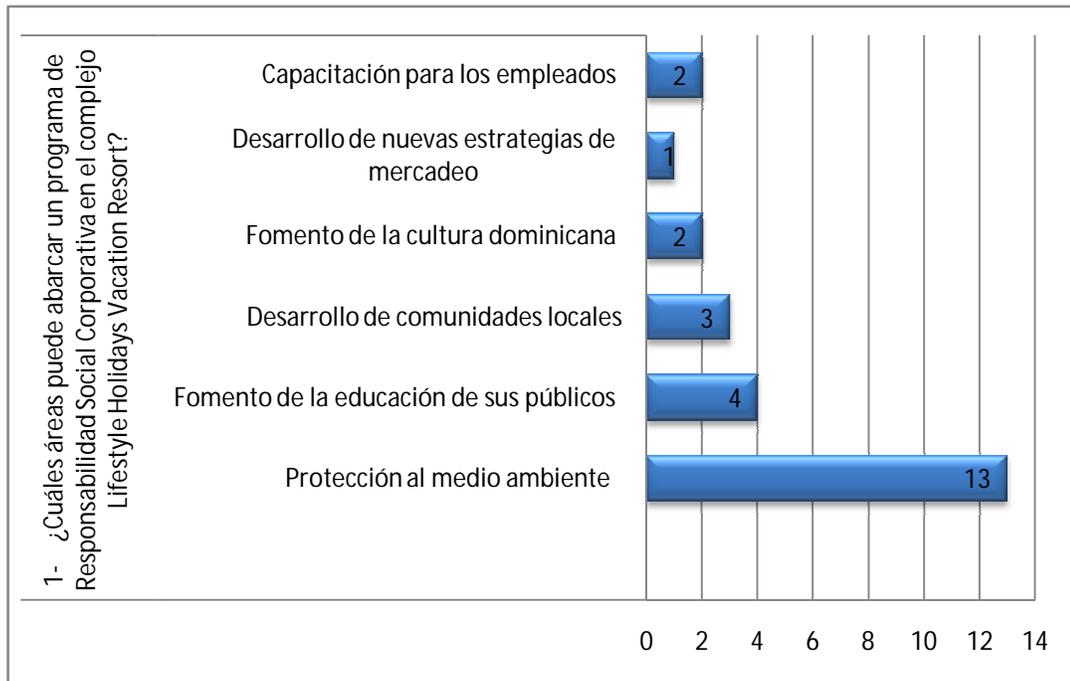
4 (cuatro) del área de Servicio al Cliente.

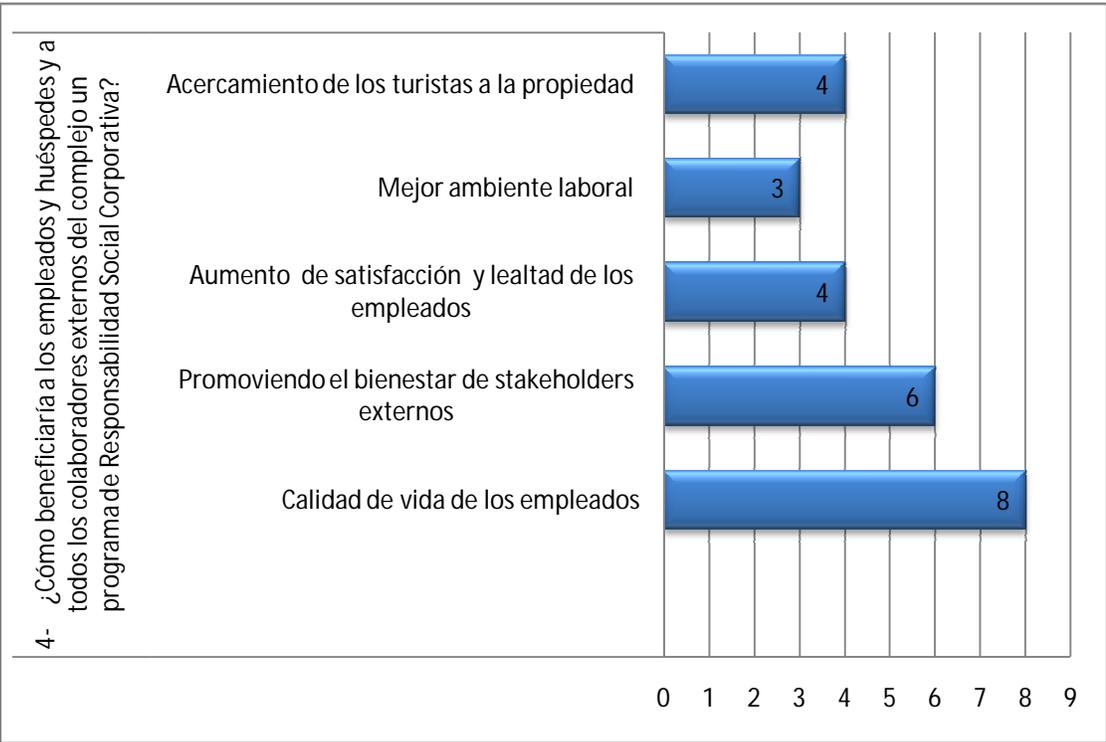
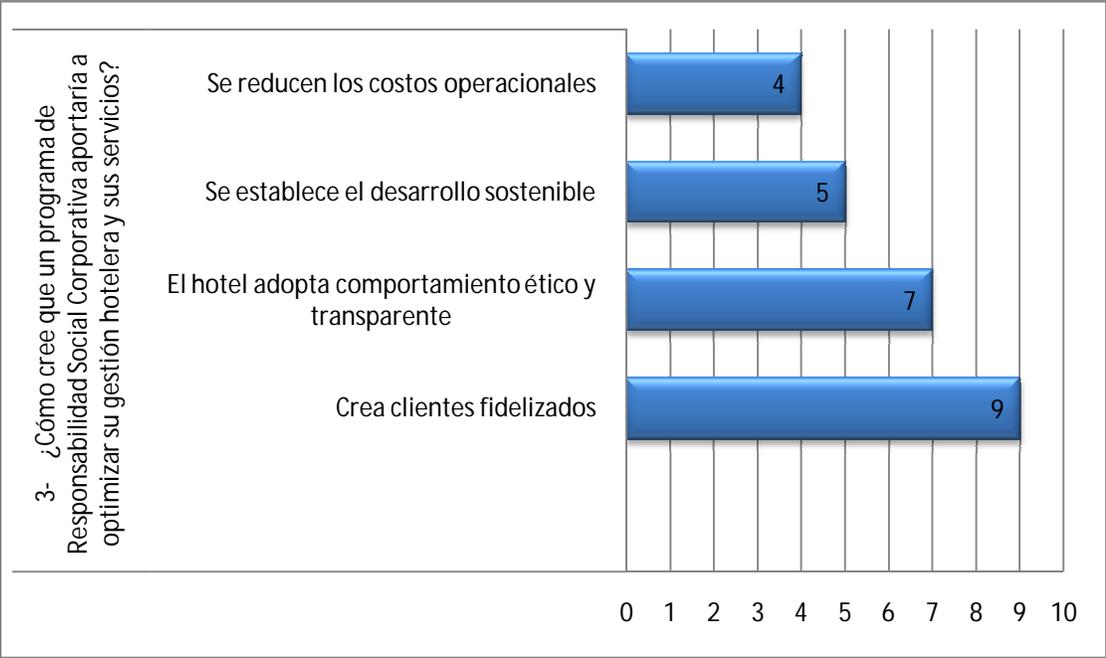
1 (uno) de la dirección de Propiedades.

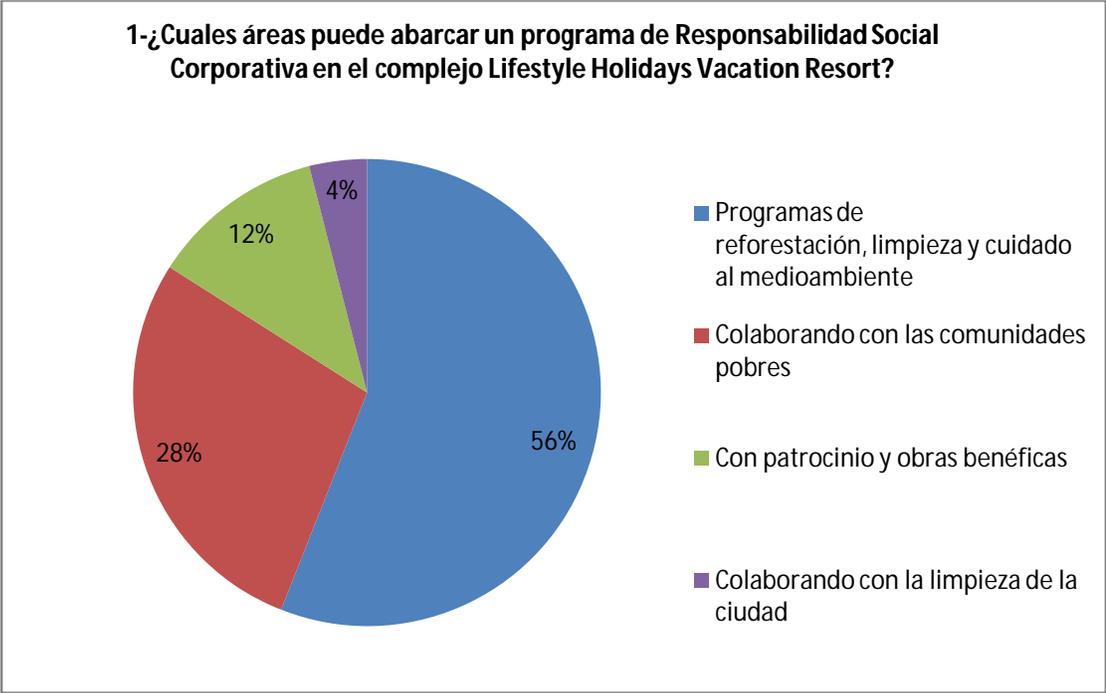
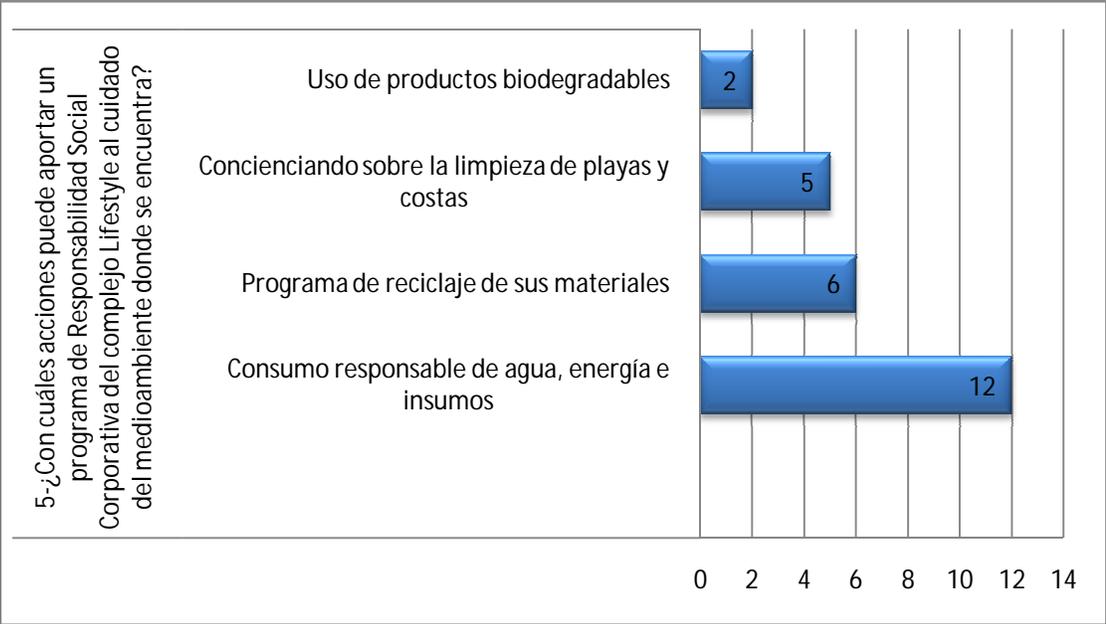
1 (uno) de agencia tour operadora.

ANEXO 3

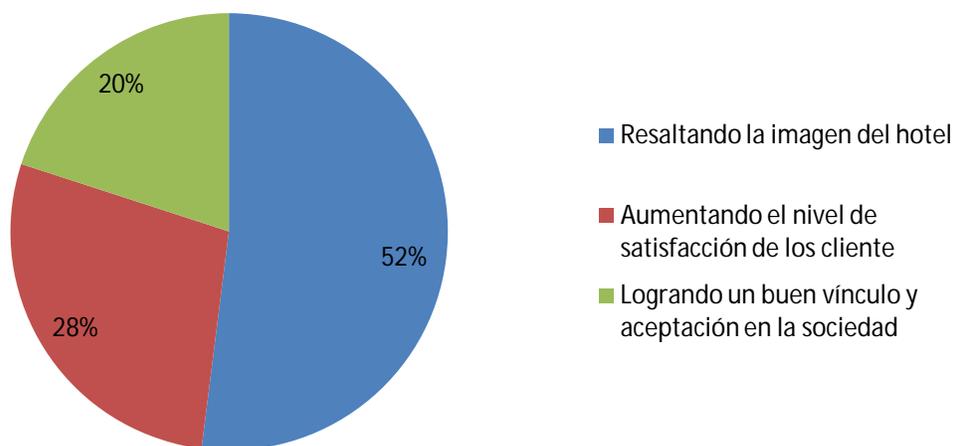
Resultado de la Investigación



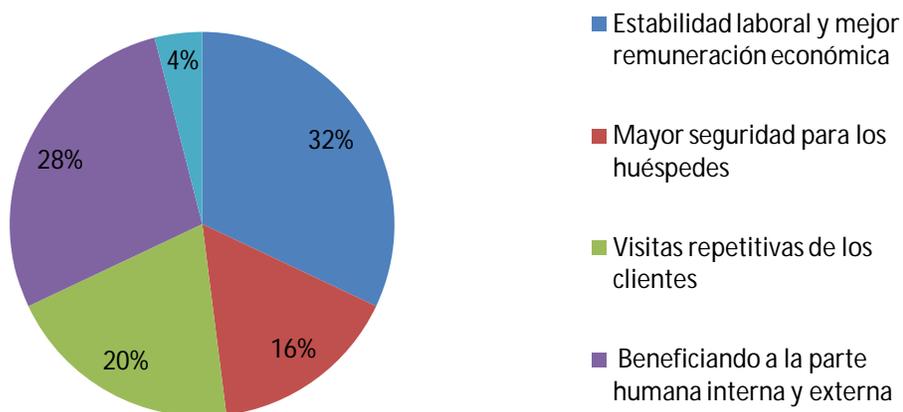




2-¿Cómo cree que esto aporta a la imagen de este complejo turístico?



3-¿Cómo beneficiaría a los empleados y huéspedes a y a los colaboradores externos del complejo un programa de Responsabilidad Social Corporativa?



ANEXO 4

Cuestionarios Aplicados

No.1. Aplicado al encargado de coordinar las acciones sociales (al futuro Director de Responsabilidad Social Corporativa).

9. ¿Cómo mide el avance de las acciones sociales que ha desarrollado el complejo desde el 2001-2012?
10. Defina cuáles han sido las estrategias y los objetivos de estas acciones.
11. ¿En cuáles renglones se pueden medir los aportes de estas gestiones?
12. ¿Cuáles áreas puede abarcar un programa de Responsabilidad Social Corporativa en el complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort?
13. ¿Qué opina sobre el impacto de una gestión de Responsabilidad Social Corporativa hacia sus públicos internos y externos y la conservación del medioambiente?
14. ¿Cómo cree que un programa de Responsabilidad Social Corporativa aportaría al desempeño ético y responsable del complejo?
15. ¿Qué opinión tiene sobre los efectos que tendría en la imagen de la empresa un programa de Responsabilidad Social Corporativa?
16. ¿Cómo cree que un programa de Responsabilidad Social Corporativa aportaría a optimizar la gestión hotelera del complejo y sus servicios?

No.2: Aplicado al Gerente General del complejo.-

2. ¿Está de acuerdo con que la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa del grupo esté alineada a su estrategia empresarial?
3. Describa la visión de los directivos frente a una gestión de Responsabilidad Social Corporativa como un plan inclusivo y sistemático.
4. Describa la visión de los ejecutivos del grupo en cuanto a un fenómeno de importancia global como es una gestión de Responsabilidad Social Corporativa.
5. ¿Qué opinión tiene sobre los resultados que aportaría la ejecución de un programa de Responsabilidad Social Corporativa?

No.3: Aplicado a públicos internos y externos.-

Sexo____ Edad____ Es empleado del hotel: Si____ No____

2. ¿Cuáles áreas puede abarcar un programa de Responsabilidad Social Corporativa del complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort?
3. ¿Cómo cree que esto aportaría a la imagen de este complejo turístico?
4. ¿Cómo cree que un programa de Responsabilidad Social Corporativa aportaría a optimizar su gestión hotelera y sus servicios?
5. ¿Cómo beneficiaría a los empleados y huéspedes y a todos los colaboradores externos del complejo un programa de Responsabilidad Social Corporativa?
6. ¿Con cuáles acciones puede aportar un programa de Responsabilidad Social Corporativa del complejo Lifestyle al cuidado del medioambiente donde se encuentr

ANEXO 5



PROGRAMA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DEL GRUPO TURISTICO PUNTACANA RESORT & CLUB

FUNDACION ECOLOGICA PUNTACANA

Durante los últimos 15 años, [la Fundación Ecológica Puntacana](#) ha desarrollado proyectos experimentales que sirven como ser vivo, ejemplos de soluciones a algunos de los más grandes retos sociales y ambientales de la industria del turismo. Trabajando en colaboración con diversos socios que incluyen empresas, fundaciones sin fines de lucro, universidades y agencias gubernamentales, la Fundación ha trabajado para ofrecer una visión de desarrollo en el Caribe que equilibre el crecimiento económico, la protección del medio ambiente, la inclusión en la comunidad, y una celebración de la cultura local.

En lugar de decirle a la industria del turismo lo que no debe ser, la Fundación Ecológica ha utilizado los proyectos específicos de inspirar una visión esperanzadora de lo que el turismo debe aspirar a ser.

Nuestros programas principales son las siguientes:

Puntacana Centro para la Sostenibilidad:

Es un centro de investigación y educación que trabaja con diversas universidades como Harvard, Columbia, Cornell, Virginia Tech, la Universidad de Miami y la Universidad de Carolina del Sur para desarrollar soluciones a los complejos desafíos sociales y ambientales relacionados con el desarrollo y el turismo.

Alianza para Áreas Costeras Ecológicamente Sostenibles (PESCA):

Es un largo - plazo fruto de la colaboración con diferentes parejas encabezadas por la Fundación para equilibrar el crecimiento y desarrollo de la región, a largo - plazo para la salud y la sostenibilidad de las zonas costeras y los arrecifes de coral, y las necesidades de los actores locales.

PESCA pretende lograr una gestión integrada de la costa, incluyendo la calidad del agua de monitoreo, arrecifes de coral y la protección de los ecosistemas costeros y la restauración, la gestión sostenible de la pesca, la conservación de especies en peligro de extinción como las tortugas marinas, y el desarrollo de medios de vida alternativos para los pescadores locales, a fin de asegurar a largo -salud a largo plazo de la zona costera de Punta Cana.

Parque Ecológico Ojos Indígenas y la Reserva:

Es una reserva de 1.500 hectáreas que es propiedad y está mantenido por la Fundación Ecológica. La Reserva cuenta con una red de senderos que conducen a 12 lagunas de agua dulce. El Parque es un sendero interpretativo que cuenta con diferentes atractivos relacionados con la historia natural y cultural de la isla, incluyendo un hábitat iguana, zoológico, exposición caña de azúcar y un jardín con árboles frutales. Puede ponerse en contacto con la Fundación Ecológica para programar su visita.

Agricultura Sostenible:

En Punta Cana se aprovecha de los residuos orgánicos de jardinería, cocinas y campos de golf para crear compost y fertilizantes naturales que se pueden convertir en la producción durante todo el año de las verduras y frutas. Actualmente la Fundación Ecológica vende rúcula, lechuga, cebollín, pimientos, albahaca, cilantro, y otros productos que se venden a los restaurantes locales, los residentes de la comunidad y los hoteles Punta Cana.

Basura Cero:

Es un movimiento internacional que busca eliminar el concepto de basura en las ciudades, comunidades residenciales y desarrollos turísticos. Formar parte de este movimiento, la Fundación Ecológica ha diseñado y supervisado la aplicación de Basura Cero en el Puntacana Resort & Club, liderando los esfuerzos en todo el complejo en la clasificación de los residuos, el reciclaje, el compostaje y la educación ambiental. Para ver un video instructivo sobre la separación de residuos domésticos,

FUNDACION PUNTACANA

Puntacana Resort & Club:

Juega un doble papel de liderazgo en el mercado turístico nacional: para continuar generando valor a través de la innovación turística pionera y crear una vida más saludable y más seguro para nuestros colaboradores más cercanos y los habitantes de las comunidades cercanas que necesitan.

La Fundación Puntacana, creado en 1998, es el medio por el cual la empresa promueve el crecimiento económico sostenible en la República Dominicana, especialmente en las comunidades locales en los alrededores de Punta Cana. Nuestro compromiso con el

desarrollo sostenible a nivel local no es un interés pasajero. Nuestros fundadores fueron visionarios en la combinación de los objetivos de negocio con la responsabilidad social corporativa. Con nuestro enfoque de servicio a la comunidad, hemos encontrado la motivación necesaria para seguir poniendo nuestro corazón en todo lo que hacemos, con el fin de enriquecer las vidas de las personas a las que servimos.

Nuestros programas se ocupan de los elementos más básicos de las necesidades de la comunidad:

EDUCACIÓN:

Escuela Internacional de Puntacana:

Es una escuela privada bilingüe, construido y operado por la Fundación Puntacana para proporcionar educación de calidad a los hijos de los empleados de Puntacana Resort & Club. Cuenta con instalaciones modernas y un personal completo de los docentes y un programa de formación complementaria integral en áreas que incluyen la dirección de la juventud, la cultura, las artes, la educación física y el deporte.

Su programa académico también beneficia a la comunidad local. En la actualidad, 450 estudiantes de más de 22 culturas diferentes interactúan en las aulas. La matrícula pagada por los empleados de Puntacana Resort & Club se escala, lo que significa que las tasas se basan en ingresos de los padres, con los hijos del personal de menores ingresos pagan menos que los ejecutivos y la alta dirección. En el aula, los niños de los empleados de todos los niveles reciben una educación de alta calidad.

El Ann y Ted Kheel Polytechnic High School fue construido y equipado por la Fundación Puntacana, en 2004, en la cercana comunidad de Verón. Es la única escuela secundaria semi-público en la zona turística de Punta Cana servir a los jóvenes de las familias pobres.

Los estudiantes reciben una educación secundaria básica, así como la capacitación técnica en áreas como la informática, hostelería, electricidad, plomería y refrigeración, así como el idioma Inglés. Un Comité Administrativo encabezada por la Iglesia Católica, la Fundación Puntacana, la República Dominicana Ministerio de Educación y la Asociación de Padres y Amigos de la Institución actualmente gestiona la Politécnica. Una escuela primaria (5 ° y 8 °) ha estado funcionando durante las tardes en las mismas instalaciones desde agosto de 2011, así como una escuela de música gratuita que abrió sus puertas en octubre de 2012.

La Fundación Puntacana apoya el Programa de escuelas primarias públicas. Además de sus propias escuelas, la Fundación Puntacana ayuda a proporcionar mejoras estructurales a las escuelas primarias públicas de la necesidad en la región turística de Punta Cana. A través

de esta iniciativa hemos construido aulas, baños, instalaciones deportivas, oficinas, parques infantiles y otras instalaciones en varias de estas escuelas.

Capacitación para el Personal de la Educación es una iniciativa que busca mejorar las calificaciones de los maestros en las escuelas públicas locales en la región de Punta Cana ya que les permite participar en el Programa de Mejoramiento de Habilidades. Este programa tiene un impacto directo y positivo en la calidad de la educación pública en la zona.

El Programa de Donaciones dona suministros y materiales escolares de la escuela para las escuelas y los estudiantes de toda la región.

SALUD:

En 2006 la Fundación Puntacana lideró la rehabilitación y la cogestión de la Clínica de Salud Rural de Verón con la organización socia Virginia Colegio de Medicina Osteopática (VCOM). Hasta entonces, la clínica había estado cerrada durante muchos años debido a su estado de deterioro extremo. La única institución de

salud pública en la región de Punta Cana, en la actualidad ofrece atención médica para un promedio diario de 90 pacientes que lo necesitan.

La clínica ofrece a ras de consultas, prevención de enfermedades infecciosas de la tuberculosis, la malaria y el dengue, el tratamiento de las enfermedades de transmisión sexual como el VIH / SIDA, vacunas, análisis de laboratorio, atención prenatal y ginecología, y medicina familiar y preventiva de la comunidad.

La Unidad Pediátrica se añadió en 2011 para mejorar los servicios prestados a los niños. Otros programas incluyen Misiones Médicas Comunitarias, Mini-Med School y la formación médica de los médicos de hospitales públicos.

DEPORTES:

Fundación Puntacana ha construido una gran variedad de instalaciones deportivas para los niños de la zona, incluyendo una pelota de béisbol y pista de béisbol en Verón y una pelota de baloncesto y voleibol en el Ann y Ted Kheel Polytechnic High School

en Verón. La Fundación también apoya los torneos deportivos de la comunidad, como el Torneo de Baloncesto Higuey.

CULTURA:

En 2008 la Fundación Puntacana lanzó su primer año **Puntacana Carnaval** para celebrar el Carnaval Popular de la República Dominicana en un evento local para los residentes y visitantes. El Carnaval es un gran ejemplo de la riqueza cultural de la República Dominicana. Cada año, el desfile de carnaval, que incluye más de 1.200 participantes que retratan todos los personajes tradicionales del carnaval dominicano, se disfruta de un gran número de personas de diversas culturas.

La galería de arte Puntacana es una pequeña galería de arte construida con el apoyo de la Fundación Puntacana, con el objetivo de ofrecer un espacio para la promoción de la cultura nacional e internacional. Los artistas pueden exponer sus trabajos para los residentes y los visitantes locales y extranjeros. Desde 2010, como parte de nuestras iniciativas culturales que hemos estado corriendo el Proyecto Arqueológico Marino, que localiza y recupera piezas arqueológicamente valiosos del mar para su exposición futura.

La Fundación Puntacana también apoya el Clúster Turístico de Altigracia y la Punta Cana-Bavaro Rotary Club. La implementación de estas iniciativas tiene un notable nivel de apoyo de los miembros locales de la comunidad, todos los cuales comparten un interés en la creación de un sentido de responsabilidad comunitaria.

PARQUE ECOLOGICO OJOS INDIGENAS Y LA RESERVA

El Parque Ecológico Ojos Indígenas y la Reserva es una reserva privada de 1.500 hectáreas de propiedad y gestionada por la Fundación Ecológica. El Parque y la Reserva se han destinado a la investigación científica, la conservación de las especies nativas y en peligro de extinción, y las actividades recreativas de nuestros huéspedes.

La Reserva Ecológica está compuesta por una red de senderos que conducen a 12 lagunas de agua dulce y proporciona hábitat para una gran cantidad de aves, reptiles, insectos y otras especies de flora y fauna local.

El Parque Ecológico es un sendero interpretativo que cuenta con diferentes lugares de interés relacionados con la historia natural y cultural de la isla, incluyendo un hábitat iguana, zoológico, exposición caña de azúcar y un jardín con árboles frutales.

Visitas autoguiadas a Parque Ecológico Ojos Indígenas y la Reserva son gratuitas para los huéspedes del hotel en Tortuga Bay Puntacana y el hotel, así como Puntacana Resort & Club de propietarios y residentes.

La protección de la Ridgway Hawk



Figura No.11. Halcon del Ridgway (*Buteo ridgwayi*).

Halcón del Ridgway (*Buteo ridgwayi*) se encuentra solamente en la isla de La Española y es uno de los animales más raros del mundo. Con una población total de casi 300 individuos que quedan en estado salvaje, halcón del Ridgway está altamente amenazada de extinción debido a la pérdida de hábitat y la caza indiscriminada de los halcones.

La Fundación Ecológica Puntacana ha asociado con la Sociedad Ornitológica de la Hispaniola (SOH) y el Fondo Peregrino en un intento de aumentar la población de estos halcones través de reintroducciones controladas en la región de Punta Cana, junto con un amplio programa de educación ambiental. Desde 2009, el proyecto se ha reintroducido con éxito ocho halcones en el Parque Ecológico Ojos Indígenas y la Reserva. El objetivo final es crear una población reproductora en cinco años.

ANEXO 6

Fotografías de las instalaciones del Complejo turístico Lifestyle Holidays Vacation Resort



Figura No.12. Villa del Complejo Lifestyle Holidays Vacation Resort.



Figura No.13. Habitación de Presidential Suites.



Figura No.13. Piscina de Cofresí Palm Beach Resort.



Figura No.14. Restaurante "Rodizio", de gastronomía Brasileira.