



HOTELES DE TRELEW (CHUBUT, ARGENTINA) HACIA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA ACTIVIDAD CON RESPONSABILIDAD SOCIAL

*Ana María Gómez¹
María Elena Sendín²*

Resumen

El trabajo se enmarca en el Proyecto de Investigación **“Hotelería Sustentable en la Ciudad de Trelew, Provincia del Chubut, República Argentina”** cuyo objetivo general es diseñar un sistema de Administración para la hotelería de Trelew, que viabilice su gestión en el marco del desarrollo sustentable de la actividad hotelera.

Como hipótesis de trabajo se supuso que la hotelería estaría en condiciones de tener una gestión sustentable cuando demostrara poseer una cultura empresarial dirigida al desarrollo sustentable, llevando a cabo una actividad económica viable, con equidad social y respeto a los recursos naturales, culturales y de biodiversidad; es decir, con Responsabilidad Social Empresarial.

Combinando la metodología de encuesta con la de entrevista en profundidad se abordó a la totalidad de los propietarios/administradores de los hoteles de la ciudad, sumando un total de diez. En la entrevista, además de recabar valiosa información por parte de los entrevistados, se les proporcionó un cuestionario que contenía preguntas pertinentes para la elaboración de indicadores de impacto. De los entregados fueron devueltos nueve cuestionarios, redefiniéndose de esta manera el universo a analizar.

Los datos fueron trabajados en primer lugar en forma unidimensional, para detectar las categorías de mayor frecuencia de respuesta y se rescataron los resultados más significativos.

Luego, dada la cantidad de indicadores involucrados (alrededor de 70 preguntas en el cuestionario), se hizo un estudio multidimensional con una técnica de escalonamiento multidimensional: la de componentes principales. Con este procedimiento estadístico se logra un índice de nivel de compromiso hacia el

¹ Facultad de Ciencias Económicas y Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales- UNPSJB, anagomez@arnet.com.ar

² Facultad de Ciencias Económicas – UNPSJB, Profesora Titular. gonsen@infovia.com.ar

desarrollo sustentable de la actividad, que permite realizar un análisis comparativo entre los hoteles participantes.

Por otra parte, la Provincia del Chubut categoriza a los hoteles desde 1980 de acuerdo a la infraestructura y comodidades ofrecidas. Hoy, los hoteles de mayor jerarquía de la ciudad poseen 4 estrellas; existen además dos residenciales que aún no están categorizados y un resto de cinco hoteles que pertenece a la categoría de una y dos estrellas. Dados estos grupos jerárquicos, se infirió la existencia de diferencias entre categorías en relación a un comportamiento pro-activo hacia la administración sustentable y se realizaron las comparaciones pertinentes.

Finalmente se ordenaron los hoteles de acuerdo al grado de actitud positiva hacia el desarrollo sustentable. Como resultado de distintas comparaciones se encontró que existe una diferencia entre los hoteles, incluso entre aquellos pertenecientes a una misma categoría, y que existe un hotel de baja jerarquía que evidencia un comportamiento de responsabilidad social que lo destaca del resto. Pero un resultado de apariencia trivial, aunque sumamente importante para el objetivo del proyecto de investigación, es que los hoteles de Trelew son PyMEs que tienen como característica la impronta de sus dueños; predomina el atendido por sus propios dueños. Estos empresarios viven en el mismo lugar en el que desarrollan la actividad, y por lo tanto tienen total conciencia de lo que pasa en el entorno local ya sea desde el punto de vista ambiental, del público interno o de los clientes consumidores y se interesan por sus problemáticas. La Responsabilidad Social debe establecerse en la mente del Ejecutivo de la empresa, cualquiera sea su tamaño. Si este líder tiene incorporada una conciencia social promueve un proceso de cambio, que comienza siendo interno a su organización, pero que culmina abarcando a toda la cadena de valor con la que la empresa se relaciona, mejorando finalmente la calidad de vida de la comunidad en la que está inserta.

Palabra clave: Hotelería sustentable, Responsabilidad Social Empresarial

Introducción

El trabajo se enmarca en el Proyecto de Investigación “Hotelería Sustentable en la Ciudad de Trelew, Provincia del Chubut, República Argentina” que se desarrolla en el marco del Instituto de Responsabilidad Social para el Desarrollo Sustentable – GETACE – dependiente de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNPSJB; cuyo objetivo general es diseñar un sistema de Administración para la hotelería de Trelew, que viabilice su gestión en el marco del desarrollo sustentable de la actividad hotelera. Entre los objetivos específicos se apunta a “Relevar y analizar los sistemas de administración vigentes en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Trelew, evaluando su impacto sociocultural, económico y ambiental”. Los establecimientos hoteleros constituyen uno de los eslabones de la cadena de valor de la actividad comercial y de servicios de la ciudad.

En el diagnóstico de situación se intentó rescatar elementos que permitiesen evaluar los impactos de la actividad y su reconocimiento por parte de sus responsables. Como hipótesis de trabajo se supuso que la hotelería estaría en condiciones de tener una gestión sustentable cuando demostrara poseer una cultura empresarial dirigida al desarrollo sustentable, llevando a cabo una actividad económica viable, con equidad social y respeto a los recursos naturales, culturales y la biodiversidad.

En cada hotel se relevó variada información que incluyó el tipo de tecnologías de administración que se aplican, cuáles son los procedimientos y criterios más utilizados a favor del ambiente, cuáles las condiciones de comunicación que prevalecen, tanto para con el cliente como para con el empleado, y por supuesto la infraestructura y de servicio brindada al cliente, siempre teniendo en cuenta la actitud de compromiso socio ambiental de las organizaciones. La situación ambiental genera demanda social que nos enfrenta con el desafío de producir modificaciones en los comportamientos, las actitudes y el modo de vida, generando un profundo cambio sociocultural centrado en la sustentabilidad, que incorpore la responsabilidad individual y colectiva hacia el cuidado y la protección del medio ambiente, denominada “responsabilidad social para el desarrollo sustentable”, que definimos como: “El segmento de la responsabilidad social vinculado con actividades que generan impactos en el medio ambiente y dan lugar a decisiones sobre la calidad y la seguridad del personal, los clientes, los proveedores, los productos, los procesos y los servicios” (Kent, 2008)

Se entrevistó a la totalidad de los propietarios/administradores de los hoteles de la ciudad, sumando un total de diez. En dicha entrevista, además de recabar valiosa información por parte de los entrevistados, se les proporcionó un cuestionario que contenía la información pertinente para la elaboración de indicadores; dado lo extenso del instrumento se otorgó un plazo de una semana, a partir de la cual harían la devolución. Del total de cuestionarios entregados se devolvieron 9, definiéndose de esta manera el universo a analizar. Los datos recabados mediante el cuestionario, complementados con información brindada en las entrevistas y sumados a los provistos por la Secretaría de Turismo de la Provincia del Chubut constituyen la materia prima de este trabajo.

Metodología

En primer lugar se trabajaron los datos en forma unidimensional para detectar las categorías modales de cada pregunta, las de mayor frecuencia de respuesta, resaltando en forma textual, tabular o gráfica, los resultados más significativos. Luego se procedió a estudiar la información de manera multidimensional con una técnica de escalonamiento multidimensional, como es la de componentes principales, dada la cantidad de indicadores involucrados (alrededor de 70 preguntas). Este procedimiento estadístico considera la relación existente entre todas las variables para reducir el número de éstas, manteniendo el máximo de

información original, permitiendo generar en el espacio euclídeo una configuración de puntos que reproduce la ordenación de distancias entre los objetos de estudio.

Como hipótesis de trabajo se supuso que la hotelería estaría en condiciones de tener una gestión sustentable cuando demostrara poseer una cultura empresarial dirigida al desarrollo sustentable, llevando a cabo una actividad económica viable, con equidad social y respeto a los recursos naturales, culturales y de biodiversidad; es decir, con Responsabilidad Social Empresarial.

Mediante las encuestas realizadas a los propietarios se cuantificó el grado de reconocimiento del impacto en lo social, económico y ambiental que la actividad pudiera generar en la comunidad en la que se desenvuelven, la actitud positiva y el compromiso hacia la sustentabilidad de la actividad hotelera en la ciudad. Con los datos se confeccionó un mapeo hotelero de Trelew tendiente al desarrollo sustentable de la actividad en la ciudad y dentro del establecimiento.

Adicionalmente se realizó un análisis comparativo teniendo en cuenta distintos agrupamientos hoteleros preexistentes al estudio. Los hoteles se encuentran clasificados jerárquicamente en categorías según un número de estrellas que describen la infraestructura edilicia y calidad de servicio al momento de la categorización. La Secretaría de Turismo de la Pcia. del Chubut fue el organismo que categorizó mediante el Decreto N° 1264/80 a los hoteles. Por otra parte, desde las entrevistas mismas, emergió otra agrupación hotelera dada por la importancia económico-social que cada hotel tiene en relación al resto, según sus propietarios, y que fueran descriptas haciendo referencia al tamaño relativo de los establecimientos como grandes, medianos y chicos. La realidad del sector presenta para la ciudad la siguiente segmentación:

- 2 grandes hoteles -máxima categorización 3 y 4 estrellas-
- 5 hoteles medianos -1 y 2 estrellas-
- 2 pequeños residenciales -sin categorización-

Las dos agrupaciones mencionadas permiten inferir la existencia de diferencias de respuesta entre categorías en relación a un comportamiento pro-activo hacia la administración sustentable. Dado el índice de actitud hacia el desarrollo sustentable mencionado en el párrafo anterior y teniendo en cuenta los dos agrupamientos se realizaron las comparaciones pertinentes.

Para la construcción del índice de actitud hacia el desarrollo sustentable de la actividad hotelera se tuvo presente el esquema que dio dirección al estudio desde su inicio y que considera tres ejes conceptuales en los que se puede medir u observar el reconocimiento del impacto de la actividad y la actitud positiva con acciones específicas en pos de mitigarlo.

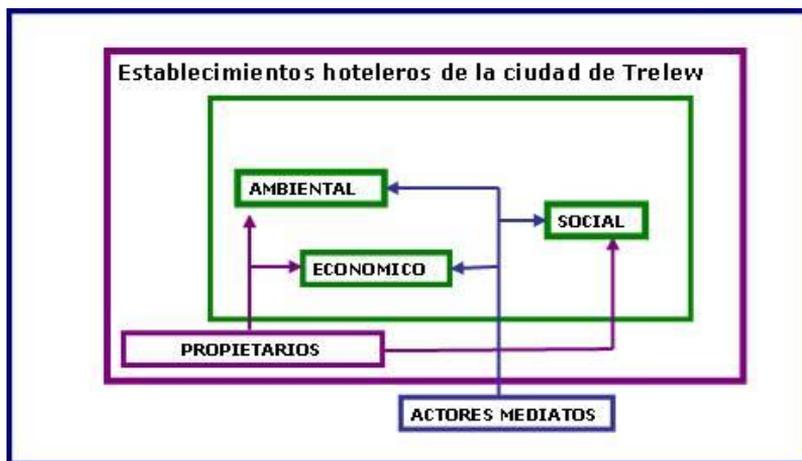


Figura 1: Esquema conceptual de ejes y actores a abordar

El paquete estadístico utilizado para realizar los análisis pertinentes fue el SPSS 15.0

Resultados

Análisis univariados por eje de estudio

a) Eje económico-administrativo

En la década del '70 aparecen en el mercado cuatro nuevas ofertas hoteleras – todas localizadas en el radio céntrico-, a saber: los tres hoteles de mayor capacidad y un residencial pequeño. Los cambios operados en la hotelería reflejan los ocurridos en la ciudad producidos como consecuencia de la instalación del Parque Industrial Textil (PIT) que provocó un acelerado proceso de urbanización, migraciones desde el interior de la provincia y externas a ella, que dinamizaron la actividad económica local.

Si analizamos los datos de población brindado por los Censos Nacionales, comprobamos que el crecimiento de la ciudad de Trelew en la última mitad del siglo fue abrumadora; mientras que la población de la provincia de Chubut prácticamente se triplicó en el período intercensal 1960-2001, la de Trelew fue ocho veces superior en el mismo período; sin embargo este crecimiento poblacional no se ha visto reflejado en el sector. Desde los '70 hasta el año del relevamiento sólo se construyó un apart-hotel, el que por sus características diferenciales al conjunto de hoteles no fue incluido en la presente investigación.

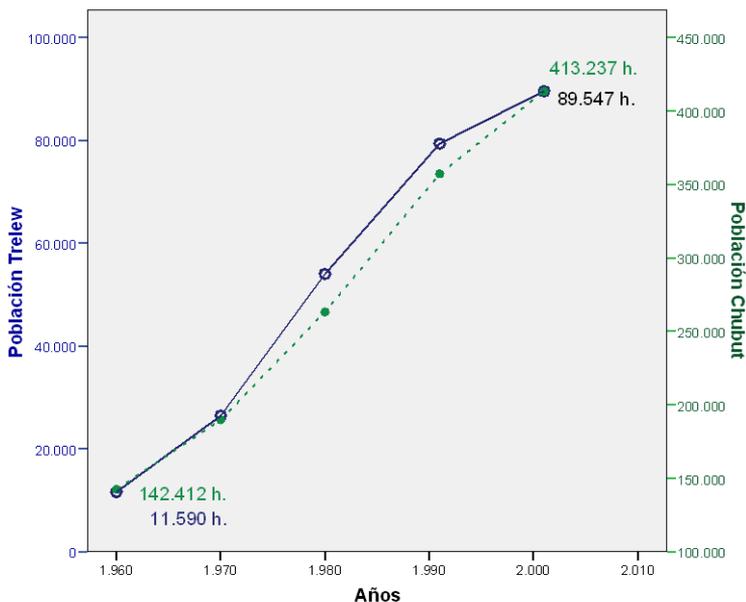


Figura 2: Población de Chubut según Censos Nacionales de Población y vivienda.

Los responsables/administradores de los hoteles de Trelew, coincidieron en que la situación del sector se ha recuperado y hoy la rentabilidad es positiva, después de la crisis del 2001. Existieron no obstante expresiones diversas, por ejemplo: “...en los últimos años varios hoteles debieron cerrar por que dejaron de ser rentables, entre otros el Residencial Trelew, el Gran Residencial, el Parque Hotel y el Amancay...” si bien existe una temporada alta septiembre-febrero, el resto del año se trabaja casi a pérdida”; “... en Trelew, al sector lo veo estancado; estamos trabajando todos por que no hay capacidad hotelera, donde se aumente la demanda va a empezar a haber problemas, por que no hay calidad de servicio... ”; “...Sólo se trabaja bien durante cuatro meses. Hay momentos en que cerraría...”

Estas expresiones denotan un estado de confianza condicionada.

La totalidad de los hoteles/residenciales- tienen características comunes: ser empresas familiares con una antigüedad promedio de 40 años dedicados a la actividad.

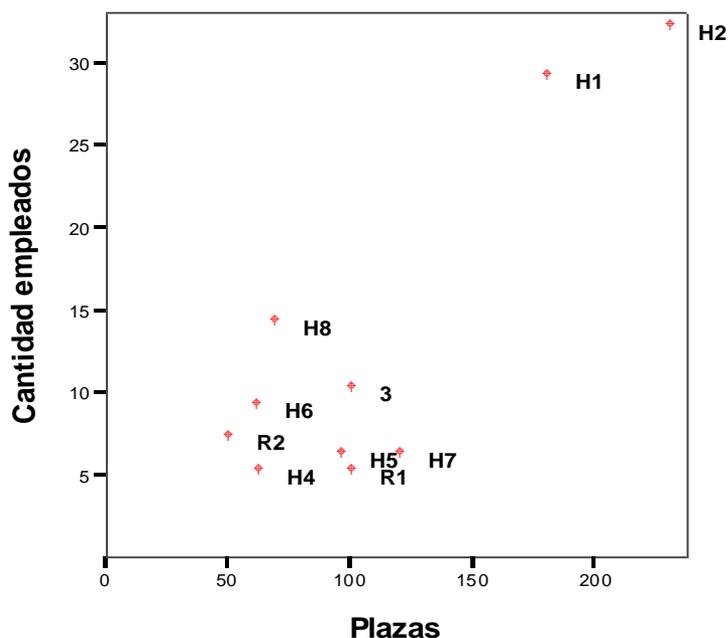
En el caso de los hoteles más antiguos, según manifiestan sus propietarios, han realizado inversiones de consideración en forma permanente. Debieron reciclar, remodelar y/o ampliar sus instalaciones que, en algunos casos, llegaban a ser situaciones inadmisibles en la categoría de hotel; por ejemplo, no tenían incorporado baño privado en las habitaciones. Algunos tuvieron la posibilidad de adquirir un terreno aledaño y ofrecer el servicio de playa de estacionamiento, cada vez más

requerido por los clientes; otros han podido acondicionar un espacio interno del establecimiento y ubicar la confitería para brindar el servicio de desayuno.

Un punto de coincidencia entre los empresarios es el elevado costo de mantenimiento –calderas, equipos de telefonía, televisores, etc.- que implica importantes inversiones dada la antigüedad de las instalaciones.

A continuación, a los efectos de describir a la situación económica del sector, se hace hincapié en algunos indicadores importantes.

El número total de plazas ofrecidas en la ciudad de Trelew es de 820, que se distribuye según las distintas categorías de la siguiente manera: los dos residenciales ofrecen un total de 150 plazas (15,4 %); los cinco hoteles medianos, 408 plazas (42,2 %) y los dos hoteles grandes ofrecen 410 plazas (42,3 %). Sin embargo, la fuerza de trabajo empleada en el sector se distribuye de la siguiente manera: los grandes hoteles ocupan el 54 %, mientras que los medianos 35,4 % y los chicos 10,6%, con lo que pareciera no acompañar a la variable anterior. El total de empleos en el sector es de 113 puestos permanentes. Con el fin de visualizar la falta correlación entre estas variables se realizó el diagrama de dispersión correspondiente.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas y entrevistas a propietarios

Figura 3: Relación entre plazas disponible y empleados

Se observa la existencia de Hoteles y residenciales, que duplicando en plazas a otros, tienen la misma cantidad de empleados que estos últimos. El término Trabajo Decente es definido por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) como aquella ocupación productiva, justamente remunerada, que se ejerce en condiciones de libertad, equidad, seguridad y respeto a la dignidad humana (Somavía, 1999). No es decente el trabajo que se realiza sin respeto a los principios y derechos laborales fundamentales, ni el que no permite un ingreso justo y proporcional al esfuerzo realizado, sin discriminación de género o de cualquier otro tipo, ni el que se lleva a cabo sin protección social, ni aquel que excluye el diálogo social.

También en relación a la cantidad de plazas disponibles, y teniendo en cuenta el hecho de que puede existir cierto hacinamiento en algunos hospedajes por simple observación ocular al realizar las entrevistas, se intentó medir la buena distribución y la administración del espacio disponible. Para ello se construyó una variable derivada de otras tres observadas, dos registradas en las encuestas y una -Superficie cubierta- brindada por la Subsecretaría de Turismo y Áreas Protegidas- Dirección de Control de Calidad y Servicios, a las que se agrega una última variable extraída del reglamento de categorización hotelera con las dimensiones mínimas que deben tener las habitaciones, según la categoría del establecimiento.

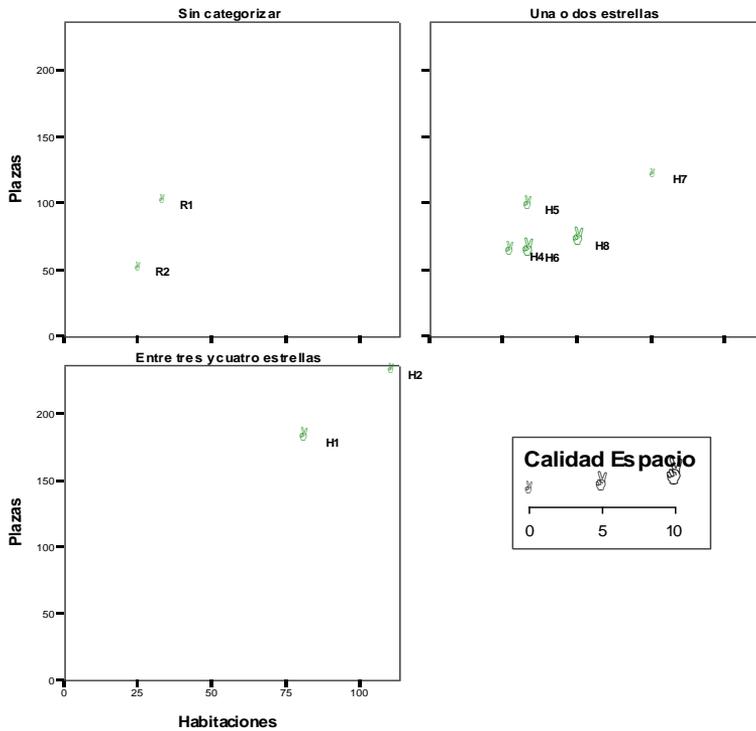


Figura 4: Administración del espacio

La interpretación es la siguiente: A mayor valor en Calidad de Espacio el hotel tiene una mejor performance en la administración del espacio disponible que el resto. La Calidad de Espacio mide la cantidad de plazas que podría colocar el hotel en habitaciones dobles ideales (dadas por reglamento) teniendo en cuenta la superficie cubierta en m2 declarada y el número de habitaciones de las que dispone en realidad. Dos hoteles pertenecientes a la categoría “una o dos estrellas” tienen la mejor distribución (H6 y H8), mientras que uno de los residenciales y un hotel de categoría intermedia estarían presentando las peores situaciones en la administración del espacio (R1 y H7).

Las tarifas cobradas por los hoteles representan el valor intrínseco asociado a cada uno de ellos. Respecto a este tema, los entrevistados expresan que las mismas se fijan libremente en relación oferta/demanda, y se comunican a la Secretaría de Producción y de Turismo y al EntreTur. Es el tema más consultado por los clientes. Manifiestan también que no existen disposiciones legales específicas que regulen la actividad, -leyes, ordenanzas, etc.- sino que se aplican las del sector comercial.

Los valores tarifarios tomados en la investigación, en la mayoría de los casos, fueron brindados por los propietarios/administradores de los hoteles. De su análisis gráfico se desprende que existe una relación directa entre tarifas y servicios ofrecidos.

Tarifas de hoteles según tipo de habitación

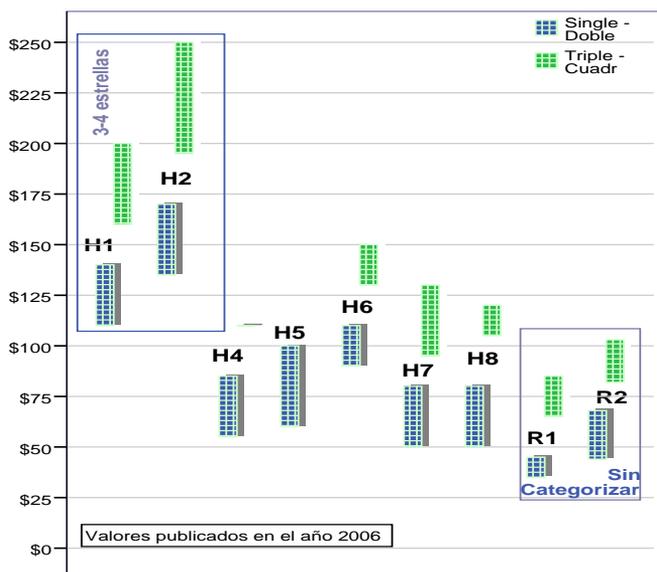


Figura 5: Tarifas de hoteles según tipo de habitación.

Uno de los servicios más demandados por los clientes, son las cocheras, utilizadas para preservar sus bienes –automóviles y/o la carga- ya que en muchos casos, los clientes son personas en tránsito que tienen como destino final otras ciudades del país, y pernoctan en Trelew debido a las grandes distancias de la región.

En general, manifiestan que los servicios que prestan son considerados de calidad por sus clientes; algunos interpretan que el hotel es elegido por su ubicación central dentro de la ciudad, por la higiene y confort, hospitalidad, calidad de las comidas ofrecidas, prestigio, etc.

Dos de los empresarios entrevistados expresaron que realizan encuestas de satisfacción al cliente sobre los servicios prestados, y en función de los resultados obtenidos hacen los ajustes necesarios. El resto expuso que los clientes le manifiestan verbalmente la conformidad respecto a los servicios ofrecidos, y en general vuelven, “tenemos clientes de muchos años, algunos ya son como de la familia...”

La mayoría de los hoteles cuentan con libro de quejas, pero no siempre es utilizado, en general los reclamos se hacen verbalmente, dependiendo de la gravedad del problema, en primera instancia al conserje, luego al propietario y en última instancia lo manifiestan por escrito. Los reclamos más frecuentes son por ruidos molestos –en ocasiones por niños jugando en lugares comunes o pérdida de agua en alguna canilla- problema con algún servicio –falta de agua caliente, temperatura ambiental –alta/baja-.

No se tercerizan servicios en los hoteles de la ciudad. El proceso de toma de decisiones mayoritario se conjuga entre personal/compartido, mientras que la comunicación de las decisiones tomadas se socializa mediante mensajes verbales.

En relación a la compra de insumos, existen distintos criterios, algunos compran todos los insumos en Buenos Aires –colchones, blancos, artículos de limpieza, etc.- debido a menores costos; otros se abastecen de colchones y blancos en Buenos Aires -con proveedores que los mantienen desde hace mucho tiempo- y el resto lo compran a nivel local, en distribuidoras mayoristas.

Respecto a los servicios ofrecidos se visualiza una marcada diferencia según la categoría. En los residenciales la oferta es limitada, incluso se detectan diferencias entre ellos. El resto de los hoteles, que en este aspecto los medianos no se diferencian entre sí pero sí con relación a los grandes, ofrecen a sus clientes TV, T. E. y radio en todas las habitaciones, guarda equipaje, bar-cafetería, Frigobar, cochera, conexión a Internet, secador de cabello, accesorios de toilette en los baños de las habitaciones, elementos de costura en habitaciones. Los hoteles grandes contribuyen en este sentido a cubrir necesidades económico-sociales propias de la comunidad pues tienen ambientes apropiados para alquilarlos para eventos sociales como reuniones de sectores específicos, fiestas y congresos; además, en uno de los casos existe pileta cubierta, que años atrás era utilizada por la población.

Los vínculos interinstitucionales de los empresarios del sector son con la Municipalidad de Trelew, el Entretur, el Sindicato que nuclea al personal y la Asociación Hotelera Gastronómica del Valle del Chubut. La opinión mayoritaria del

sector respecto a la relación con el Municipio, manifiesta que “no es fluida”, y en general no se sienten convocados para encarar tareas comunes. Sin embargo la visión del Secretario de Producción es distinta, manifiesta que “el Estado acompaña, fundamentalmente en cuanto a obras de infraestructura y puesta en valor nuevos atractivos turísticos, en la medida en que va surgiendo la demanda”; “no hay turismo sin servicios”, “en el plano de la actividad turística, es el sector privado el que la hace crecer”. De lo manifestado por ambas partes concluimos que falta mayor articulación entre los sectores para trabajar en beneficio de la comunidad toda.

Respecto a la relación con el gremio que representa al personal que trabaja en los hoteles “Unión de Trabajadores de Turismo, Hoteleros y Gastronómicos” – UTTHG, y la mayoría coincidió en que “hoy la relación es buena, el sindicato no está en una etapa conflictiva”, y “el personal está agremiado, tienen la obra social del gremio...”

Los propietarios de los hoteles han creado una organización que representa sus intereses que se denomina “Asociación Hotelera Gastronómica del Valle del Chubut”, forma parte de la Federación empresaria hotelera gastronómica de la República Argentina – FEHGRA; uno de los problemas es la escasa participación de los socios. Algunos consideran que “la Asociación no tiene fuerza” y que “los empresarios más importantes no participan” y que existe una gran “competencia por las tarifas”

El presidente de la Asociación, manifiesta que “el tema que más convoca a las reuniones de la Comisión Directiva es el laboral- salarial”.

b) Eje socio-cultural

El cliente típico, entre los meses de Septiembre/Octubre, es de origen nacional en un 70 % en promedio, según propietarios. Sin embargo, en la categoría intermedia hay dos casos extremos con una altísima participación de este tipo de cliente y otro que se aleja bastante del promedio. El propietario de este último hotel dice recibir un 60% de turismo extranjero.

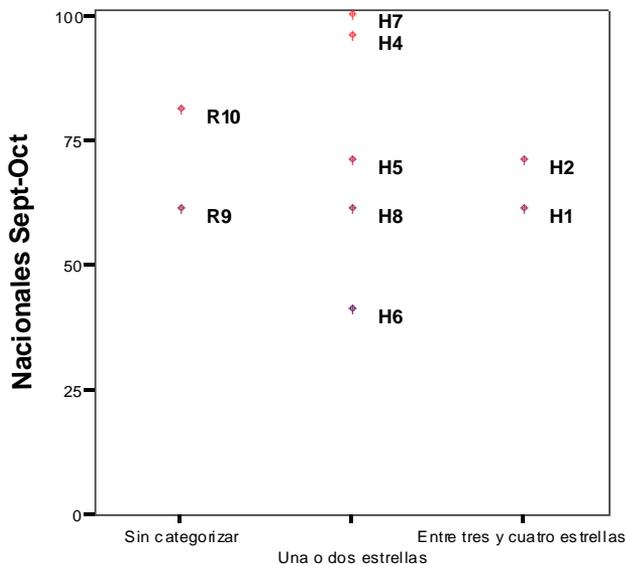


Figura 6: tipo de cliente según origen

El principal motivo que origina la estadía en el hotel es, según los propietarios, por razones de Trabajo/Negocios y Ocio/vacaciones con una distribución en partes iguales entre ambas categorías-

El típico huésped es un adulto que corresponde al grupo etéreo comprendido entre 31 y 60 años -no jubilados-

Según manifiestan durante las entrevistas los empresarios del sector los clientes más frecuentes, son: viajantes aunque el acceso a Internet, ha hecho disminuir la frecuencia de sus viajes; gente del interior de la provincia, que viene a hacer trámites o por problemas de salud; funcionarios públicos del interior, chóferes de empresas de transporte de larga distancia, turistas nacionales –entre otros jubilados- y extranjeros.

El principal modo por el que llegan los visitantes a hospedarse en los hoteles de la ciudad, es por que se ven atraídos por la acción publicitaria de los propios establecimientos, le siguen en importancia la recomendación de Terceros.

Existe evidencia de Responsabilidad Social Empresaria –RSE- en las pequeñas y medianas empresas del sector manifiesta en los dichos de sus propietarios en cuanto a que emprenden acciones que involucran su relación con sus empleados, la comunidad, el mercado y el medio ambiente. Consultados sobre si tienen que asumir alguna forma de responsabilidad social con la comunidad y cuáles son las acciones que llevan a cabo con esta finalidad la totalidad responden que promueven que sus clientes realicen actividades de esparcimiento y diversión –cine, casino, té Gales-

tanto en la ciudad como en área de influencia –visita a sitios históricos-culturales: museos, capillas- concurre a eventos culturales; realice paseos en Áreas Naturales Protegidas. Sólo uno de los empresarios entrevistados manifestó, que se vincula con un empresario local con la finalidad de fomentar y traer a Trelew espectáculos y eventos de nivel nacional, y a su vez colaboran con el grupo local “Metateatro”.

Los empresarios manifiestan que tienen dificultades en la ciudad para encontrar personal capacitado y de confianza, y que en la mayoría de los casos la capacitación se realiza en sus propias empresas, en el marco del hacer cotidiano y no como un plan sistemático de capacitación. Consideran que la capacitación en hotelería y turismo, ofrecida en instituciones privadas de la región, es de “regular a mala”, en este aspecto existe una coincidencia en el 62,5 % de los encuestados. A pesar de los problemas de supervivencia la RS pasa por contribuir al empleo local.

c) Eje ambiental

Los residuos orgánicos e inorgánicos que se generan en los establecimientos hoteleros, no se clasifican y en todos los casos son retirados por el recolector municipal. Sobre el destino final de otros residuos tales como materiales de construcción –ripio madera- y/o materiales problemáticos - textiles, muebles, aceites, envases de desodorantes, etc.- el cincuenta por ciento responde que también son retirados por el recolector municipal, mientras que los restantes dicen ubicarlos en otros sitios, aunque no especifican dónde. En sólo un caso, los productos textiles son donados a instituciones como Iglesias o personas cadenciadas.

El servicio de lavado se realiza en todos los casos en el mismo establecimiento; seis empresarios manifiestan que la frecuencia de lavado es diaria, mientras otros dos no responden.

Respecto al volumen diario de lavado, cuatro empresarios expresan que entre 12 y 3 lavarropas industriales por día o sea un promedio de 5 lavarropas por día/hotel, en temporada alta, el resto no responden.

Con el propósito de conocer el uso racional del agua, se les consultó si en cada habitación tienen algún mensaje dirigido al cliente respecto a la conveniencia del reuso de toallas y la respuesta fue negativo en 7 casos y el restante contestó que no sabe. Todos coinciden en que la frecuencia de recambio de toallas, en las habitaciones se hace diariamente.

En relación al recambio de ropa de cama, las respuestas fueron disímiles: tres respondieron que diariamente, dos cada tres días; dos cada dos días y otro cuando el cliente lo solicita. En todos los casos manifestaron que el personal está informado sobre las prácticas referidas al cambio de ropa en la habitaciones, estas prácticas son comunicadas oralmente al personal en seis casos, uno caso a través de documento escrito y el último de los caso trabajados por planilla de turnos.

En todos los casos cuentan con un programa de limpieza de las distintas áreas, pero sólo cuatro casos llevan registro sobre la limpieza en cada área (horarios/responsables) Uno de los entrevistados manifestó respecto del tema: “... nosotros cuidamos la higiene del hotel y la gente lo valora...”

Consultados si cuentan con un programa de mantenimiento de tanques de agua externos, termo tanques de agua, etc., cinco responden en forma afirmativa; dos en forma negativa y uno no responde.

Siete de los encuestados manifiestan poseer medidores de agua en los edificios del hotel, sólo uno contesta que no posee.

Preguntados si realizan chequeos sobre la calidad del agua, manifiestan cinco afirmativamente, dos en forma negativa y uno no contesta. El cincuenta por ciento manifiesta realizarlo esporádicamente.

Ninguno de los empresarios encuestados ha realizado inversiones en dispositivos de control de consumo de agua y el destino final del agua utilizada es el desagüe para todos.

Se les consulto si el hotel cuenta con un programa de control, mantenimiento y recambio del sistema eléctrico, siete responden en forma afirmativa y sólo uno en forma negativa. Cinco casos manifiestan no contar con dispositivo de control de consumo de energía –sensores de ocupación, tarjetas inteligentes, etc.- tres responden en forma afirmativa.

Sólo tres hoteles cuentan con jardín, realiza el riego con agua potable, en forma semanal y en dos casos utilizan abonos naturales; el resto no posee espacios verdes.

Consultados sobre la utilización de productos de limpieza biodegradables, a fin de minimizar el impacto negativo al medioambiente –cloro, fosfatos y sulfatos- seis responden en forma afirmativa, dos en forma negativa. Sin embargo de las entrevistas en profundidad surge que ante la decisión siempre influyen los costos, o sea que sólo a igual precio, se opta por productos biodegradables.

La mayoría cuentan con elementos de seguridad, tales como: dispositivos para la extinción de incendios, provisión de matafuegos, mangueras, herramientas necesarias para romper cristales; pero sólo dos hoteles cuentan con “salidas de emergencia”. De la totalidad de empresarios encuestados, seis responden que no cuentan con procedimientos detallados para actuar ante emergencias; de ellos uno manifiesto que la Aseguradora de Riesgos de Trabajo, “...dio una charla sobre procedimientos...”

Consultados sobre si las empresas que administran, se involucran en la solución de problemas ambientales, las respuestas fueron mayoritariamente ante los siguientes problemas y en ese orden: Basurero Municipal/ Laguna negra Rawson-Trelew/ Falta de espacios verdes/ Estacionamiento/ No se involucra/ otros: generar nuevos atractivos turísticos, y potenciar que ya están. Las respuestas sobre la forma de participación fueron muy variables: lo hacen participando en programas específicos, Participando de ONGs vinculadas al tema ambiental; en Otros, agregan participando en Asociación Hotelera y Entretur y reclamando ante el gobierno municipal.

Descripción metodológica para el análisis estadístico multivariado

Según se puede apreciar de los resultados anteriores, la cantidad de variables incluidas en el cuestionario amerita la utilización de metodología multivariada a fin

de sintetizar la información disponible de la manera más eficiente posible. Lo más conveniente para los datos recabados y objetivos a cubrir es el análisis de componentes principales.

El fin de un análisis de componentes principales es la reducción del hiperespacio dado por el conjunto original de variables en un conjunto más pequeño de componentes no correlacionados que representen la mayor parte de la información encontrada en las variables originales, manteniendo el máximo de información. La reducción de la dimensionalidad permite una interpretación eficaz de las similitudes de comportamiento entre las unidades de observación, los hoteles. A partir de las muchas preguntas realizadas en el cuestionario a propietarios sobre actitud y procedimientos que tienen que ver con los aspectos ambientales, sociales y económicos-administrativos, se está suponiendo la existencia de una variable o concepto latente que permitiría clasificar las respuestas observadas de manera única y ordenada con distintos grados de responsabilidad administrativa-socio-ambiental que evidencian los hoteles desde las respuestas de sus propietarios.

Se hicieron dos análisis con componentes principales. El primero, a modo ilustrativo de la técnica de reducción utilizada. Se empleó un componentes principales categórico, que permite analizar conjuntamente variables cuali y cuantitativas, para visualizar la distribución hotelera en el plano euclídeo. El mapeo de la posición relativa de los hoteles se realizó en términos de atributos tangibles y de indiscutible correlación con el ordenamiento hotelero que cualquier persona común pudiera realizar por simple observación, a saber: Tarifas (hab. single y doble, valor nominal al momento del relevamiento), Tamaño del hotel (número de habitaciones y Plazas hoteleras), Número de empleados, Superficie cubierta (en m²), Antigüedad (Años de edificación), todas variables cuantitativas. Se agregó además la información proveniente de las encuestas en cuanto a: la importancia relativa del Cliente Nacional (% estimado de este tipo de cliente en Agosto-Septiembre), Grupo de Edad del cliente tipo (Grupos de 3ra. Edad vs. Otros), Principal motivo de la estadía (Trabajo vs. Ocio). Estas tres últimas, de carácter cualitativo.

En una segunda etapa, se realizó un análisis de componentes principales para representar gráficamente la posición de los hoteles en una dimensión que sintetizara los índices que describen la responsabilidad económico-socio-ambiental evidenciada por los propietarios, objeto fundamental del estudio. Las seis variables involucradas en este análisis son índices del nivel de compromiso o responsabilidad para con la comunidad y con el propio ámbito interno. En el primer caso, se cuantificó el gerenciamiento del impacto de la actividad en la comunidad local (ambiental ciudad), los vínculos con organizaciones locales, el compromiso que asume tanto con la acción social hacia la comunidad (social ciudad) como con la promoción del desarrollo económico local (econ-ciudad). Los nombres de las variables están colocados entre paréntesis. Con respecto al ámbito interno, se releva la modalidad de información y comunicación, tanto para con los clientes (social clientes) como para con los empleados (social empleados), el conocimiento de los daños potenciales hacia las personas involucradas en la actividad hotelera expresados en el tipo de procedimientos ambientales realizados, el manejo o ausencia de programas de

incidencia ambiental que con buenas prácticas Económicas-Administrativas internas producirían un desarrollo sustentable de la hotelería (Econom-administra-inter). Los índices están medidos en escala de razón dado que son la suma de un gran número de indicadores dicotómicos que muestran actitud positiva hacia cada aspecto considerado (respuesta dada por el participante en el indicador). Los rangos de las variables son muy amplios y componentes principales atiende la situación realizando el análisis a partir de la matriz de correlación.

De este modo, fue posible realizar dos clasificaciones de la hotelería Trelew, una en relación a características observables y otra en cuanto al comportamiento positivo hacia la sustentabilidad de la hotelería, intangible y por lo tanto no evidente por simple observación.

Mapeo de los hoteles a partir de las características tangibles

La técnica de componentes principales permitió organizar al conjunto de 9 hoteles en grupos homogéneos en función del conjunto de variables cuanti y cualitativas. Con tan sólo dos dimensiones pudo realizarse un esquema de situación bastante preciso de todos los hoteles del estudio.

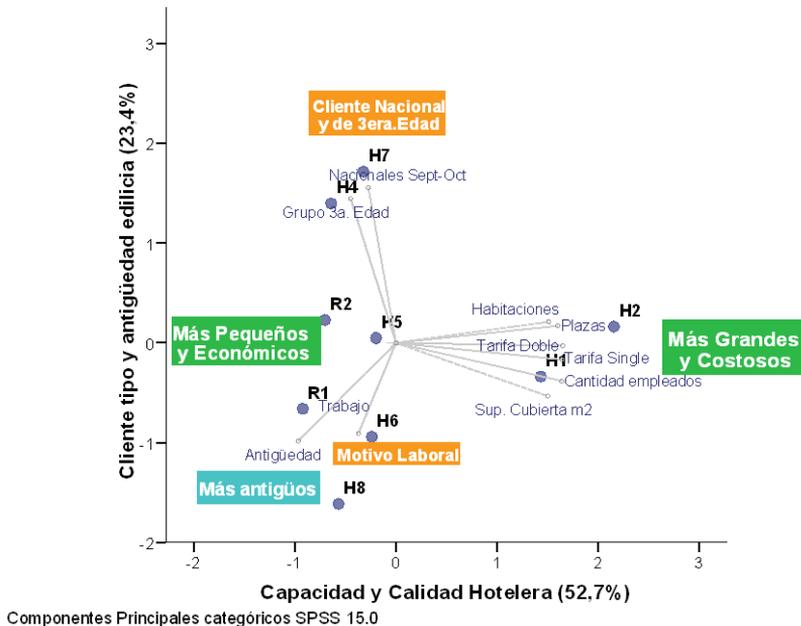


Figura 7: Caracterización hotelera según propietarios

Las dos primeras componentes del análisis multivariado explicarían una gran cantidad de varianza contenida en los datos originales (76,1%). La primera

dimensión, que explica el 52,7% de la varianza total, permite separar a los hoteles según su categoría. Las variables mejor representadas en dicha dimensión son: tarifas, plazas, habitaciones, empleados, superficie cubierta, todas ellas con ponderaciones superiores a 0,80. La segunda componente separa a los hoteles según el típico cliente. Esta segunda dimensión opone principalmente a hoteles dedicados a clientes de 3era edad con Alto % de clientes de origen nacional en Septiembre-Octubre frente a hoteles que se caracterizan tener una clientela cuyo motivo de estadía es laboral. Además, aunque en menor grado, esta componente hace resaltar y agrupa en la parte inferior de su escala a los hoteles de máxima antigüedad edilicia.

Resumen del modelo			
Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza explicada	
		Total (Autovalores)	% de la varianza
1	,910	5,801	52,739
2	,673	2,579	23,444
Total	,969 ^a	8,380	76,183

a. El Alfa de Cronbach Total está basado en los autovalores totales.

Saturaciones en componentes			
	Ponderación de la variable	Dimensión	
		1	2
Habitaciones	1	,871	,121
Cantidad empleados	1	,944	-,220
Plazas	1	,922	,098
Tarifa Single	1	,946	-,097
Tarifa Doble	1	,949	-,017
Antigüedad	2	-,556	-,565
Nacionales Sept-Oct	1	-,157	,895
Trabajo	1	-,214	-,522
Grupo 3a. Edad	1	-,258	,831
Sup. Cubierta m2	1	,866	-,307

Normalización principal por variable.

Tabla 1: Resultados analíticos de componentes principales sobre tangibles

Mapeo a partir de un índice de actitud hacia el desarrollo sustentable

En este otro análisis se observa que la primera dimensión determina, ella sola, una gran cantidad de varianza de los datos originales (aprox. 70%) y permite separar a los hoteles según su comportamiento positivo tendiente al desarrollo sustentable de la actividad teniendo en cuenta los tres ejes ambiental, económico y social. Todos los indicadores están bien representados por la primera componente con ponderaciones muy altas, por encima del 0,80 prácticamente en su totalidad. Esto permite utilizar a dicha componente como un índice de la responsabilidad económica-socio-ambiental evidenciada por los propietarios con actitudes preactivas hacia la sustentabilidad de la actividad.

Resumen del modelo			
Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza explicada	
		Total (Autovalores)	% de la varianza
1	,928	4,889	69,845
2	-,084	,933	13,323
Total	,966 ^a	5,822	83,169

a. El Alfa de Cronbach Total está basado en los autovalores totales.

	Dimensión	
	1	2
Ambiental ciudad	,718	-,433
Amb_interno	,883	,291
Econom-Administ interno	,804	,454
Econ_ciudad	,872	-,343
Social_ciudad	,887	-,177
Social_clientes	,870	,455
Social_empleados	,803	-,314

Normalización principal por variable.

Tabla 2: Resumen del modelo y saturaciones en componentes

Indicador de la actitud hacia el desarrollo sustentable

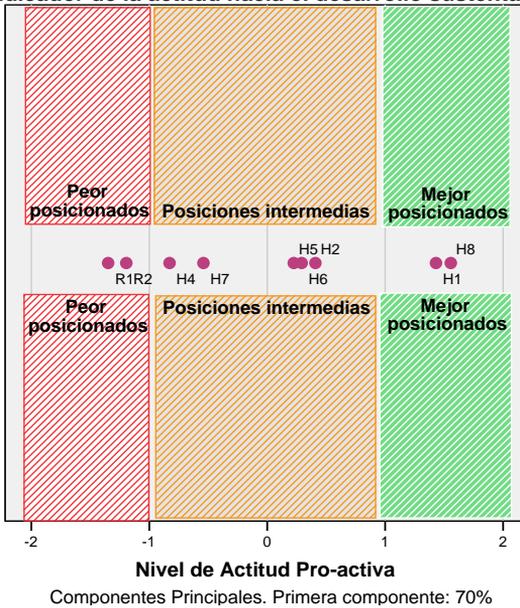


Figura 8: Hacia el desarrollo sustentable de la hotelería. Caracterización hotelera según propietarios.

Los valores de este índice dan las posiciones relativas de los hoteles en relación a los demás integrantes del conjunto. Un alto nivel significa que el hotel dice cumplir en alto grado con actitudes que mitigan los impactos de la actividad o potencian los beneficios de la misma multiplicándolos hacia la comunidad en la que se desempeña.

Análisis comparativo según agrupamientos preexistentes al estudio

Para realizar el análisis comparado se consideraron los tres grupos descritos en la introducción: los dos residenciales sin categorizar, cinco hoteles medianos con categorías entre 1 y 2 estrellas y los dos establecimientos pertenecientes al grupo de categoría entre 3 y 4 estrellas.

Se compararon las puntuaciones promedio en el índice de actitud de los tres grupos. Mediante una prueba estadística conveniente al tipo de variable –prueba de rangos-, se puede concluir en que hay diferencias entre los grupos, al 10% de significación estadística.

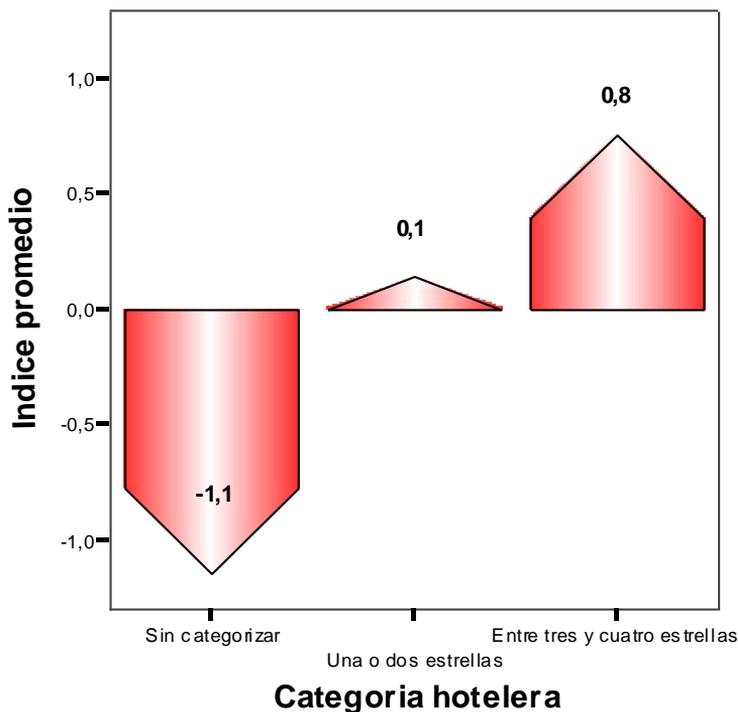


Figura 9: Índice promedio (Mediana) de actitud hacia el desarrollo sustentable de la hotelería, según calificación jerárquica (estrellas).

Si bien, en promedio, habría diferencias entre las categorías hoteleras, se detectó una posible falta de acuerdo entre el nivel de responsabilidad socioambiental puesto en evidencia por el propietario y el nivel jerárquico de la hotelería; un hotel que hoy está clasificado como de una o dos estrellas logró posicionarse mejor incluso que uno de mayor jerarquía en su actitud hacia un desarrollo sustentable. En este sentido, se podría suponer que es necesaria una reclasificación jerárquica en la

hotelería de Trelew, para la cual no sólo se tenga en cuenta los aspectos edilicios sino también hechos relacionados con una actitud pro-activa hacia un desarrollo sustentable de la hotelería en Trelew.

Conclusiones

a) Conclusión sobre el eje Económico

Los empresarios hoteleros consideran que:

- prestan servicios a fin de obtener beneficios a cambio, pero esos beneficios deberían reflejarse en la satisfacción de sus clientes.
- el turismo no es el segmento más importante, pero si no tuvieran turismo no tendrían rentabilidad.
- involucrarse en el cuidado del medio ambiente, de los recursos naturales y culturales de la región es fundamental, a fin de no comprometer la expansión de la actividad en el futuro.
- realizar un uso racional de los recursos como energía, agua, gas, etc. son eje parte de su responsabilidad social empresaria.
- necesitan implementar estrategias para la capacitación del personal “No hay clientes satisfechos sin empleados satisfechos”.
- requieren una mayor integración con otros sectores: el sector público, el gremio que nuclea al personal, la Asociación Hotelera y la comunidad.
- su inserción social en el medio local es una forma de competir y crear ventajas futuras.
- reclaman tener mayor acceso a créditos blandos en el sistema financiero, público y/o privado.

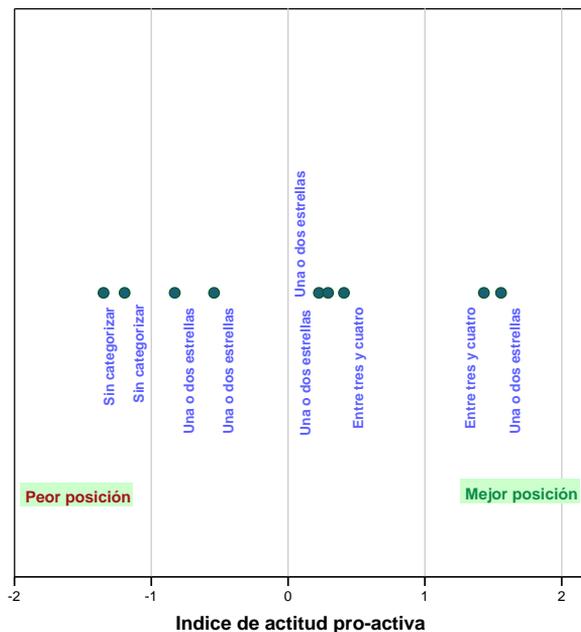


Figura 8: Índice de actitud hacia el desarrollo sustentable Calificación jerárquica en número de estrellas.

b) Conclusión sobre el eje social-cultural

Los empresarios hoteleros consideran que:

- asumen alguna forma de responsabilidad social con la comunidad, por que a partir de su accionar los clientes deciden quedarse más tiempo en la zona y en consecuencia los hoteles son agentes multiplicadores económicos para otras actividades en la ciudad.
- Se manifiestan disconformes con la formación y capacitación del personal por ellos requerido.
- La capacitación se hace en sus empresas, aunque no de forma sistemática ni con registros en el legajo del personal.

c) Conclusión sobre el eje ambiental

Los empresarios hoteleros consideran que:

- el funcionamiento del hotel no afecta el medio ambiente, y en la mayoría de los casos, consideran que la organización contamina de *“igual forma que una casa de una familia grande”*. Contaminan sólo los que poseen restaurante
- Se aplican estrategias para minimizar el impacto ambiental, aunque todavía son escasas.
- Sólo en algunos casos utilizan productos de limpieza biodegradables, siempre priorizan el costo y no de la protección del medioambiente.

- Los hoteles, en su mayoría, no cuentan con salidas de emergencia ni conocen procedimientos detallados para actuar ante siniestros.

Se logró un ordenamiento del grado de actitud proactiva hacia el desarrollo sustentable y como resultado se encontró que: 1) existe diferencia entre los hoteles, incluso de aquellos pertenecientes a la misma categoría y 2) existen hoteles de baja jerarquía que evidencian un comportamiento de alta responsabilidad social. A parte de todo lo expuesto, un resultado de apariencia trivial pero sumamente importante para el objetivo del proyecto de investigación, es que los hoteles de Trelew son PyMEs que tienen como característica la impronta de sus dueños, predomina “el atendido por sus propios dueños”. Estos empresarios viven en el mismo lugar en el que desarrollan la actividad, y por lo tanto tienen total conciencia de lo que pasa en el entorno local ya sea desde el punto de vista ambiental, del público interno o de los clientes consumidores y se interesan por sus problemáticas. La Responsabilidad Social debe establecerse en la mente del ejecutivo de la empresa, cualquiera sea su tamaño. Si este líder tiene incorporada una conciencia social promueve un proceso de cambio, que comienza siendo interno a su organización, pero que culmina abarcando a toda la cadena de valor con la que la empresa u organización se relaciona, mejorando la calidad de vida de la comunidad en la que está inserta.

Referencias

DIARIO “LA NACIÓN” Suplemento Comunidad 19 de abril 2008.

D’ONOFRIO, P. (2005) “*Mensajes para la gestión hotelera*” Ediciones del Autor,
IBARRA H. Y HERNÁNDEZ C. (2003) Estado, Economía y Sociedad, Trelew y su
Hinterland: 1889-1999 (Informe final Proyecto de Investigación) UNP- Trelew.

JOHNSON, D. E (1998) “Métodos multivariados aplicados al análisis de datos”,
Inter. Thomson editores.

KENT, P. (2008) “Administración sustentable” en Vicente, M. A. y Ayala J.C.
(Coordinadores) “*Principios Fundamentales para la administración de
organizaciones*” Pearson Educación Bs. As..

LEGRAND, F. (2008) “Entrar en la senda de la responsabilidad social”, Capacita
RSE, <http://bsasbuenasacciones.blogspot.com.ar/2008/06/entrar-en-la-senda-de-la.html>

SOMAVÍA, J. (1999) memoria del director General de la OIT “Trabajo decente”.
Suiza

<http://bsasbuenasacciones.blogspot.com/2008/06/entrar-en-la-senda-de-la.html>..

VIVANCO, M. (1999) “*Análisis estadístico multivariable*”, Editorial Universitaria,
Chile. 234 pp