

EVIDENCIAR EL RESULTADO DE LA APLICACIÓN DE LA NORMA NTS - TS 002  
Y THE CODE EN EL HOTEL EL CAMPIN

LAURA MELISA MONTOYA

200711069401

PAOLA ANDREA GARCÍA

200711016401

PRESENTADO A:

JORGE OROZCO

FUNSAION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION TURÍSTICA- HOTELERA

2012

## TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN .....	3
INTRODUCCIÓN.....	4
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	5
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	5
JUSTIFICACIÓN.....	6
OBJETIVO GENERAL .....	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	7
ANTECEDENTES .....	8
MARCO TEÓRICO .....	10
MARCO REFERENCIAL .....	12
MARCO LEGAL .....	13
ARTICULO Y CONFERENCIA.....	14
APLICACIÓN DEL GREEN MARKETING EN EL SECTOR HOTELERO DE BOGOTA EN EL MARCO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL .....	14
DIA MUNDIAL DE TURISMO .....	16
DESARROLLO.....	18
GRAFICAS.....	21
PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	27
ACTIVIDADES CON LA COMUNIDAD .....	27
CONCLUSIONES.....	30
BIBLIOGRAFIA .....	31

## **PRESENTACIÓN**

El documento a redactar en el siguiente ensayo tiene por objeto la adquisición y recolección de información innovadora de formas de inclusión e implementación del Green Marketing en las pequeñas organizaciones dedicadas a la hotelería. Esta indagación está alineada con los parámetros de investigación instituidos por la universidad, dirigidos a forjar la competitividad, basado en pilares de sostenibilidad y responsabilidad social.

Se presentara información real del hotel el campin y se alimentaran con escritos y análisis, donde se suscitaran los procesos de capacitación para generar un cambio, reestructuración organizacional y planta física, ítems de planificación en pro del desarrollo sostenible y sustentable.

Es por esto que este pequeño hotel ejemplo de desarrollo, inversión económica y física, líder en el sector por su interés y preocupación por mejorar las formas de actuación de la industria y pensar en el medio ambiente, es de gran interés de estudio adjudicándole atributos como ir a la vanguardia con las exigencias del mercado, con planes de acción siempre en pro de la conservación, posicionándose en un sector gracias a la aplicabilidad de la competitividad en su organización.

## INTRODUCCIÓN

La nación colombiana se está asegurando en pleno siglo XXI, de desarrollar todo su potencial comercial de productos y servicios & pretende convertirse en uno de los países pioneros en exportación de productos agrícolas y servicios turísticos. La nación comprendió a partir de cifras estadísticas y económicas, el valor de desarrollar una cadena turística competitiva y generar utilidades y decide forjar un dinamismo a partir de políticas que a veces son inaplicables por la complejidad y la falta de entendimiento y comprensión del manuscrito o también por los altos costos de implementación y renovación, los procesos son dispendiosos, pero cabe resaltar que el ente regulador llamado gobierno está tratando de armar el turismo por partes, y está tratando de forzarlo a salir adelante porque hay con que respaldar una oferta turística de calidad implementado la normatividad, la credibilidad a través de certificaciones de calidad y siempre pensando en un mejoramiento continuo, trabajar con esfuerzo es el compromiso de los actores que componen el mercado, que dirija su comportamiento a fabricación de productos bajo estándares de calidad y sostenibilidad, brindar servicios bajo parámetros de calidad, bilingüismo, y capacitación. Además como el sector turístico es intangible aun mas debe crear estrategias de legalidad para brindar lo deseado por los clientes. Por esto decidimos realizar una investigación profunda y apasionada de cómo un pequeño hotelero logra implementar políticas de calidad, mejora de planta e infraestructura, aplicación de programas de conservación y todo a partir de su interés y decisión de ser excelente en el servicio que presta y sobresalir por su competitividad y vanguardismo. Este se informo, se capacito, actuó, invirtió capital y tiempo y su paciencia se prolongo a largo plazo para generar un cambio en su estructura y gestión, todo en pro de la sostenibilidad y sustentabilidad.

## **DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

Estar a la vanguardia en el sector hotelero implica inversión, cambio y concientización. En la mayoría de las organizaciones hoteleras no le apuestan a invertir en la aplicación de políticas ambientales, estructurales, de calidad y servicio, por lo cual su nivel sigue siendo el mismo y como empresa se estanca. En la experiencia de este estudio de caso se pretende demostrar que la inversión vs disminución de costos es equivalente y muchas veces mas benéfica para las mismas organizaciones.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

El dinamismo hotelero se ve obstruido por falta de implementación de normas y leyes que contribuyen y regulan el progreso de la cadena turística. La falta de cumplimiento y la poca formalidad del sector hotelero hacen de la calidad del servicio no se estandarice, además de ello la corta comprensión de la necesidad de implementar nuevas tendencias, exigidas por el mercado global, a favor de la competitividad, la responsabilidad social y ambiental temas de preocupación del siglo XXI.

## **JUSTIFICACIÓN**

La industria hotelera de cualquier nivel debe propender por la sostenibilidad del medio ambiente como pilar fundamental del desarrollo de la cadena turística, necesita conocer e informarse acerca de los lineamientos y las estrategias que desarrolla en conjunto el sector privado y público, para procedimientos y facilidad aplicación, generar calidad a partir de reconocimiento y certificaciones de calidad en servicio y todo lo concerniente a la producción hotelera.

La asesoría y capacitación del personal dedicado a forjar el crecimiento turístico y brindar servicios a la demanda, sin duda alguna debe estar alineado con las nuevas estrategias de desempeño, formas de actuar en pro del medio ambiente, aplicar estrategias eco en los diferentes niveles de la organización, debe empezar a negociar con proveedores verdes, debe facilitar una infraestructura donde se aproveche de la mejor manera el agua, la luz solar y mecanismos de limpieza del aire.

Es comprensible que la cultura colombiana no propende mucho en la legalidad y cumplimiento de normas, pero si estamos apuntando a un mercado global es necesario ya entender que se tiene que hacer y se tienen que aplicar procesos, protocolo y procedimientos para competir en calidad, servicio, destino y valores agregados.

## **OBJETIVO GENERAL**

Evidenciar el resultado de la aplicación de la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible 002 y The Code en el Hotel El Campin (Estudio de caso)

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Conocer la trascendencia y el impacto que ha tenido la implementación de las normas técnicas sectoriales hoteleras
- Recolectar información precisa y veraz de la reducción en el consumo y la mitigación del impacto ambiental
- Exponer los resultados de la implementación de las normas hoteleras y las premisas que trajo consigo.

## ANTECEDENTES

A través de la historia, los viajes han sido una constante, se inicio con la conquista de nuevos territorios, lo cual ha cambiado por placer o por negocios, ya que es una necesidad del ser humano el conocer y descubrir nuevos destinos. [Pérez, 2004, p. 19]

En el siglo XIX, se vio el gran avance que alcanzó el turismo con el ferrocarril, en donde la máquina de vapor fue aplicada tanto al barco como al tren, logrando que se revolucionara el turismo, ya que fueron utilizados por las personas como medios de transporte para llegar a sus destinos de una manera rápida.

El Ingles Thomas Cook fue quien innovo el turismo al realizar turismo de masas, en 1841 tuvo la idea de comprar un trayecto en tren para asistir a una reunión, en donde llevo a 570 personas y tuvo un gran éxito, tanto así que creo la primera agencia de viajes de la historia. A la vez otros personajes aportaron al desarrollo del turismo como lo fueron, Henry Wells y William Fargo, creadores de American Express; Cesar Ritz, creador de la cadena hotelera; George Pullman, invento los coches con camas de los trenes, etc. Por ideas brillantes como estas, el turismo fue tomando fuerza y es hoy por hoy una de las fuentes económicas más importantes en el mundo. [Pérez, 2004, p. 20]

En 1980 aparece el término de sostenibilidad, gracias a la Unión Mundial para la Conservación de la Naturaleza (UICN), es la entidad en materia medioambiental más antigua que se conoce la cual fue fundada en 1948; cada tres años realiza el Congreso Mundial de Conservación y se encuentra presente en todas las reuniones internacionales que hablen de sostenibilidad. En la década de los ochenta se creó la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CNUMAD) por la ONU, la cual se encargaba de realizar un informe sobre la situación del medio ambiente en el mundo. En 1992 se realiza en Rio de Janeiro la Cumbre de la Tierra que lo que buscaba era poner en marcha el desarrollo sostenible en el siglo XXI, gracias a este encuentro se crea la Comisión de Desarrollo Sostenible, la cual cuenta con representantes de todos los estados; en el 2002 se realizo esta cumbre en Johannesburgo, Sudáfrica, en donde el concepto de sostenibilidad se

hizo toda una realidad y en donde quedo estipulado los tres elementos claves para la sostenibilidad los cuales son: económico, medioambiental y social. [Pérez, 2004, p. 22]

El código ético mundial para el turismo señala que se debe proteger el ambiente y los recursos naturales para lograr un crecimiento económico permanente y sostenible, mientras se satisfacen las necesidades de las generaciones presentes y futuras; también compromete a las autoridades a fomentar el desarrollo turístico y así generar el uso adecuado de los recursos como el agua, la energía y los desechos sólidos y líquidos.

En Colombia se crea el Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes (PENMV) que responde a las problemáticas ambientales y de conservación de los recursos naturales, cuyo objetivo es fortalecer la producción nacional de bienes y servicios ambientales y aprovechar las ventajas competitivas que tiene el país en estos sectores, logrando responder a la demanda internacional y nacional por productos naturales, saludables y amigables con el ambiente. [Bohórquez, 2010, p. 206]

Además del PENMV, también existe el Centro Nacional de Producción más Limpia y Tecnologías Ambientales, el cual aporta al fortalecimiento y la competitividad del sector empresarial en temas que involucren el desarrollo sostenible tanto a nivel nacional como internacional. Este tipo de producción es una estrategia de gana-gana ya que se protege el ambiente, el consumidor y al trabajador, también se mejora la eficiencia industrial, se adquieren beneficios y se entra a competir en el mercado. [Bohórquez, 2010, p. 207]

## MARCO TEÓRICO

Durante décadas el medio ambiente no fue significativo para el turismo, ni viceversa, la posibilidad de una amenaza medioambiental provocó que tanto el turismo como el medio ambiente empezaran a trabajar juntos, lo cual fue muy importante para el desarrollo de un turismo sostenible. [Pérez, 2004, p. 33]

En la segunda mitad del siglo XX se identificó un aumento en las pautas de consumo, acompañado por una disminución de la capacidad del planeta para absorber los residuos generados por esa sociedad consumista. Esto hizo saltar las alarmas y plantear que el modelo de desarrollo seguido hasta el momento no era el correcto, generando un cambio en el mismo hacia un modelo de consumo más sostenible. El Gobierno puede actuar como un consumidor más y, por lo tanto, las buenas prácticas, políticas y recomendaciones deben ser aplicadas también al sector público, comportándose éste como un ciudadano responsable. (<http://andromeda.unimet.edu.ve/ojs/index.php/ra/article/view/49>)

A partir de la globalización y el desarrollo de los mercados la apertura económica a promovido en varios países establecer serias exigencias para proteger el medio ambiente natural y cultural, ya que el turismo sostenible no es solo de la población en que este se genera, sino que también lo realizan personas de otros lugares del mundo, creando graves problemas de saturación y pérdida de la calidad ambiental que a su vez genera riesgos que causan efectos similares en las regiones con menor presencia de turistas, generando una fuerte competencia por atraer más turistas, teniendo en cuenta que la demanda turística actual se ha diversificado y segmentado en diferentes mercados, puesto que los turistas se caracterizan por preferir lugares en los cuales puedan aprovechar los recursos naturales, ya que se busca enriquecer las experiencias para darle un contenido a su propia existencia.

El turismo sostenible genera aspectos positivos como la creación de empleo, incremento de ingresos económicos, disminución de migraciones por falta de trabajo, mejora del nivel cultural de la población local, intercambios culturales en ambos sentidos, de modos de vida, sensibilización de turistas y población local hacia el medio ambiente.

A partir de esto, son más los destinos turísticos que ayudan a prevenir el uso inadecuado de los recursos naturales, varias de las empresas que contribuyen con esto son los hoteles que buscan no solo apoyar con el uso adecuado del medio sino también disminuir costos en los servicios, siendo ejemplo para muchas empresas y principalmente para los clientes a los cuales se les fomenta el cuidado del medio ambiente con las acciones que estos realizan. En Colombia se encuentran certificados en sostenibilidad 84 hoteles, en donde Bogotá es líder en cuanto a hoteles certificados se refiere ya que cuenta con 24, de los cuales 19 se encuentran en la localidad de Chapinero, en donde estos contaron con la asesoría y el apoyo de la Alcaldía local, del Instituto Distrital de Turismo y la Fundación Universitaria Los Libertadores para implementar la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible (NTS-TS002) y la Norma Técnica Colombiana 5133.

Colombia también cuenta con hoteles certificados en The Code, el cual es una herramienta de prevención de la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes, asociadas a viajes y turismo, son más de 35 hoteles que están trabajando por la conservación de las generaciones presentes, ya que son estos el recurso más importante para el país.

El Hotel el Campin es un ejemplo para muchos hoteles ya que fue el primer hotel en Colombia y en Suramérica en tener un alto nivel de sostenibilidad, lo cual hizo que fuera certificado en sostenibilidad por contar con programas para proteger a los niños colombianos de la explotación sexual, también protege a la flora y fauna de los turistas, contribuye con la sostenibilidad del planeta con el ahorro y el uso del agua y de la energía, manejo de residuos y prevención de la contaminación ambiental, visual y auditiva.

Por esto se quiere lograr que más hoteles adopten las prácticas de turismo sostenible para que puedan obtener un beneficio no solo económico sino social, logrando así que la ciudad se vuelva más competitiva y logre posicionarse como uno de los destinos turísticos sostenibles más importantes en Latinoamérica.

## MARCO REFERENCIAL

A continuación se darán a conocer la diferente terminología que es importante para este trabajo en el Marco Referencial.

**Competitividad:** Grado en que puede, bajo libre comercio y condiciones justas de mercado, producir bienes y servicios que cubran las exigencias de los mercados, a la vez que mantener y expandir los ingresos reales de su gente en el largo plazo (OCDE)

**Green Marketing:** El marketing verde o ambiental consiste en todas las actividades tendientes a generar y facilitar cualquier cambio con el objetivo de satisfacer los deseos o necesidades humanas con el mínimo impacto perjudicial sobre el medio ambiente (Polonsky 2006).

**Medio Ambiente:** Es todo aquello que rodea al ser humano y que comprende elementos naturales, tanto físicos como biológicos, elementos artificiales y elementos sociales y las interacciones de éstos entre sí. (Ministerio de Ambiente)

**Sostenibilidad:** O sustentabilidad, describe cómo los sistemas biológicos se mantienen diversos y productivos con el transcurso del tiempo. Se refiere al equilibrio de una especie con los recursos de su entorno. Por extensión se aplica a la explotación de un recurso por debajo del límite de renovación del mismo.

**Turismo sostenible:** Es el desarrollo económico, el cual se basa de los recursos naturales y de la estabilidad de la estructura social; ésta depende de un buen entorno físico y de los recursos económicos necesarios. El mantenimiento de la estabilidad de los sistemas naturales depende de un desarrollo económico adecuado dentro de una organización social conveniente.

## MARCO LEGAL

A continuación se darán a conocer las diferentes normas y leyes que son importantes en cuanto al turismo sostenible se refiere en el Marco Legal:

***Norma Técnica Sectorial- Turismo Sostenible 002 (NTS-TS002)***  
*“Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje (EAH). Requisitos de Sostenibilidad”* Lo que se busca es atender una demanda turística cada vez más exigente y mejor informada, en donde se logre satisfacer las necesidades de mejoramiento de la calidad de la oferta turística bajo un enfoque de turismo sostenible, fomentando uso de prácticas que permitan un equilibrio entre el uso eficaz de las potencialidades estéticas, recreativas, científicas, culturales y naturales, garantizando que se pueda proporcionar iguales o superiores beneficios a las generaciones futuras.

***Norma Técnica Colombiana – 5133*** *“Etiqueta ambiental tipo I. Sello ambiental Colombiano. Criterios para establecimientos de Alojamiento y Hospedaje.”* Busca promover la oferta y demanda de productos y servicios que causen menor impacto en el ambiente, mediante la comunicación de información verificable y exacta, sobre aspectos ambientales de dichos productos y servicios, para así estimular el mejoramiento ambiental impulsado por el mercado.

***Ley No. 1558 de 2012*** *“Por la cual se modifica la ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones”* Capítulo I, Artículo 2.9 **Desarrollo Sostenible:** El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.

***Norma ISO 14001*** *“Sistema de gestión ambiental”* Crea un enfoque sistemático para las actividades ambientales y la mejora en los procesos en las empresas dirigido a: Definir los aspectos e impactos ambientales significativos para la organización, plantear objetivos y metas del desempeño ambiental, establecer programas de administración

ambiental, definir la política ambiental de la organización, y fortalecer la responsabilidad personal con el ambiente

## **ARTICULO Y CONFERENCIA**

APLICACIÓN DEL GREEN MARKETING EN EL SECTOR HOTELERO DE BOGOTA EN EL MARCO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL (*María Fernanda Bohórquez Vidal*)

La gran influencia que ha tenido el cambio climático en el mundo ha generado que sean más los ciudadanos que se preocupan por los temas ambientales; los especialistas en marketing se han encargado de posicionar sus productos y servicios por medio de campañas publicitarias agresivas las cuales impulsan a un consumo masivo, sin darse cuenta que el costo ambiental que están cometiendo es demasiado alto, ya que el uso de los recursos renovables y no renovables es desproporcionado, por lo cual hace que se cree un desequilibrio ambiental poniendo en riesgo al planeta.

Uno de los sectores que más contribuyen con el deterioro del medio ambiente es el turístico y hotelero, es por esto que se quiere sensibilizar al sector por medio del marketing verde permitiéndole ser sostenible y sustentable, logrando de esta manera que el sector trabaje con la naturaleza y no en contra de ella.

La investigación realizada obtuvo información por medio de encuestas y entrevistas con expertos en temas de certificación, normatividad, sostenibilidad ambiental y mercadeo verde como lo son los hoteleros de Bogotá, de los cuales se tomo una muestra de 80 hoteles. Se obtuvo información sobre el conocimiento que tenían acerca del Green marketing, políticas, normatividad, certificación y responsabilidad social.

Se pudo observar que los encuestados están de acuerdo en que se deben medir los procesos de sostenibilidad, los cuales se realizan por medio de un levantamiento de información en donde se define cuales son las necesidades que se tienen y en donde

también es importante sensibilizar al personal y capacitarlo para así lograr que estos adquieran un compromiso con el hotel.

Ya que el turismo se destaca cada vez más en el PIB de las economías del mundo, obligando a que se usen los recursos naturales para el desarrollo de las actividades turísticas, lo cual hace pensar en la conservación de los recursos a largo plazo. Es necesario para el turismo contar con la ayuda de la comunidad local, ya que son ellos los que deben empezar a concientizarse de lo que tiene en su entorno y así dar ejemplo a los turistas para que estos cambien su mentalidad consumista y empiecen a conocer más sobre la población, la cultura, sus costumbres, etc.

El sector hotelero es el que más compromiso tiene con la calidad ambiental en el turismo ya que se quiere satisfacer necesidades de recreación y descanso, en donde estas actividades requieren de atractivos naturales, los cuales deben ser conservados para garantizar la conservación.

Cotelco empieza a ver el compromiso que tiene el sector frente al tema ambiental, ya que han sido 20 hoteles los que han logrado certificarse en sostenibilidad gracias a la Fundación Universitaria los Libertadores, la Alcaldía local y el Instituto Distrital de turismo, los cuales ayudaron a que estos hoteles se certificaran en la norma técnica sectorial de turismo sostenible 002.

La mayoría de los hoteles encuestados creen que es muy importante contar con políticas ambientales en los establecimientos hoteleros, ya que se tiene un compromiso con el medio ambiente y también aumenta el flujo de huéspedes, generando de esta manera mayores ingresos, rentabilidad y posicionamiento.

El green marketing genera rentabilidad para la empresa y logra posicionarse en la mente de los consumidores, ya que son más las personas que buscan empresas que realicen prácticas verdes, esto hace que estas entidades entren a competir a nivel internacional por el uso del Green marketing.

Varios de los hoteleros encuestados no conocen el concepto de Green marketing, por ende no lo aplican en sus empresas, lo cual hace que desconozcan los beneficios que esto les generaría, ya que solo piensan en el costo del cual no van a tener retribución alguna, por esto no se certifican ni se categorizan. Los hoteleros que se encuentran certificados comentan que el proceso de certificación ha mejorado el clima laboral, disminución de costos en servicios, incremento de huéspedes, reconocimiento en el mercado, etc.

El 46% de los hoteleros encuestados no conocen la NTS-TS002 y el 50% no conocen la ley 5133 esto indica el amplio campo de acción que requiere de asesoramiento por parte de la Fundación Universitaria Los Libertadores, el Instituto Distrital de Turismo y la Alcaldía local, para lograr que Bogotá se vuelva más competitiva con mas hoteles que apliquen el Green marketing.

## **DIA MUNDIAL DE TURISMO**

### *Conferencia de Jorge Maichel: Gerente General del Hotel el Campin*

- El cambio climático ha venido cambiando la perspectiva en cuanto los temas ambientales se refiere.
- El Hotel el Campin es un hotel pequeño, sencillo, tradicional, es un hotel de familia, como lo son el 80% de las empresas del país.
- El hotel marco la diferencia ya que esta certificado en NTSH006, primer hotel en Colombia y en Bogotá en certificarse en NTS-TS002, se le otorgo la NT5133 sello verde colombiano por nivel alto, fue el primer hotel en Colombia que certifica en restaurante con NTS 004 en sostenibilidad, primer hotel en Colombia certificado en Thecode.
- Cultura corporativa tanto para el cliente interno como externo, la mascota del hotel (Chulo) se genera como un elemento pedagógico para colaborar en las campañas que se realizan en el hotel.
- El hotel promocional el patrimonio cultural de fauna y flora, dándoles el protagonismo a los escultores y artistas colombianos los cuales son micro-artesanos, fomentando así la responsabilidad social que tiene el hotel.

- El hotel el Campin es el primer hotel que firma a nivel internacional el compromiso ético de no permitir en sus instalaciones ni en su entorno que se den situaciones de abuso sexual de niños, niñas y adolescente. “La conservación de todos los recursos son para las generaciones futuras, pero si no conservamos y protegemos las generaciones presentes, para que queremos ese paraíso futuro, si el recurso más importante son los niños y niñas de Colombia.”
- Se realizan capacitaciones de los empleados para que sepan cómo actuar en cualquier área del hotel, estas capacitaciones se son realizadas por la fundación renacer, UNICEF, la policía de turismo, el SENA.
- El hotel se siente muy orgullosos de la certificación en Thecode. “No nos podemos equivocar juzgando a alguien, sería muy complicado de manejar ya que se agrede la integridad de la persona por eso debemos estar completamente seguros, de las acciones que debemos tomar”
- El programa de desarrollo social del hotel, comparte la filosofía ambiental con los empleados del hotel y con sus familias; si se realizan campañas de ahorro de energía se les regala bombillos ahorradores, si se hace una campaña de ahorro de agua se les regala ahorradores para las duchas, etc. También fomentan estas prácticas a los vecinos, a los proveedores de la localidad, logrando un efecto multiplicador que los beneficie a todos, esto es desarrollo sostenible.
- También cuentan con programas de prevención de la contaminación ambiental, visual y auditiva (AVA), en el hotel está prohibido fumar en cualquier área, se realizan mantenimiento a los equipos para prevenir contaminación auditiva, ya que los equipos en mal estado hacen mucho ruido por la falta de mantenimiento.
- El hotel trabaja con la alcaldía de Teusaquillo, para capacitar hoteles, empresas, colegios, universidades, etc., El hotel se ha vuelto un pequeño laboratorio de estos temas de enseñanzas, convirtiéndose en un icono en hotelería en el país.

## DESARROLLO

- *Entrevista realizada a la Señora Yurani Socarras Jefe de Calidad del Hotel el Campin*

El hotel el campin se caracteriza por sus buenas prácticas medioambientales, sociales y económicas con fin único de ser un negocio responsable.

1. ¿Cuál es su compromiso?

Nuestra empresa se compromete a desarrollar las actividades a partir de una perspectiva de negocio responsable, esta se extiende a lo largo de la organización y pretende involucrar a los huéspedes y la sociedad.

2. ¿Cómo lo hacen?

Mediante la aplicación de normas técnicas sectoriales nacionales, implementación de políticas internacionales, creación de programas sostenibles y sustentables aplicación dentro y fuera de la organización, asociación con la alcaldía local y población social.

3. ¿Sobre qué pilares basa el tema de sostenibilidad?

Un negocio responsable incluye dentro de su accionar y toma de decisión la ética, la cultura, la comunidad y el medio ambiente.

4. ¿Objetivo de su empresa en la sostenibilidad?

Minimizar el impacto negativo sobre el medio ambiente a partir de lineamientos que direccionan el actuar generando un impacto positivo en la sociedad.

5. ¿Cuáles son sus políticas empresariales con enfoque social?

- proteger a los niños de la explotación
- construir una fuerza laboral diversa y red de proveedores
- contribuir a la comunidad (contratar personal local y patrocinios)
- los derechos humanos (discriminación, salario justo, no-trabajo infantil);
- lugar de trabajo y salud de cliente
- participar en iniciativas de educación preventiva.

6. ¿Cuáles son sus políticas empresariales con enfoque operacional?

- asociarse con proveedores cuyos productos y las operaciones se alineen con nuestras políticas
- trabajar para minimizar las emisiones y residuos
- ser buenos financieros administradores
- trabajar para minimizar el consumo de recursos

7. ¿Cómo involucra a su personal en temas de sostenibilidad?

Nuestros empleados son educados en temas de sostenibilidad, se les hace participativo en toma de decisiones a favor de la sostenibilidad, creación de programas de participación para la creación de nuevas estrategias.

8. ¿Cómo involucra a sus huéspedes en temas de sostenibilidad?

Comunicamos a nuestros clientes los programas que se están aplicando en el hotel para mitigar el impacto ambiental. Los invitamos a participar y a involucrarse con la causa y apoyar el compromiso del hotel.

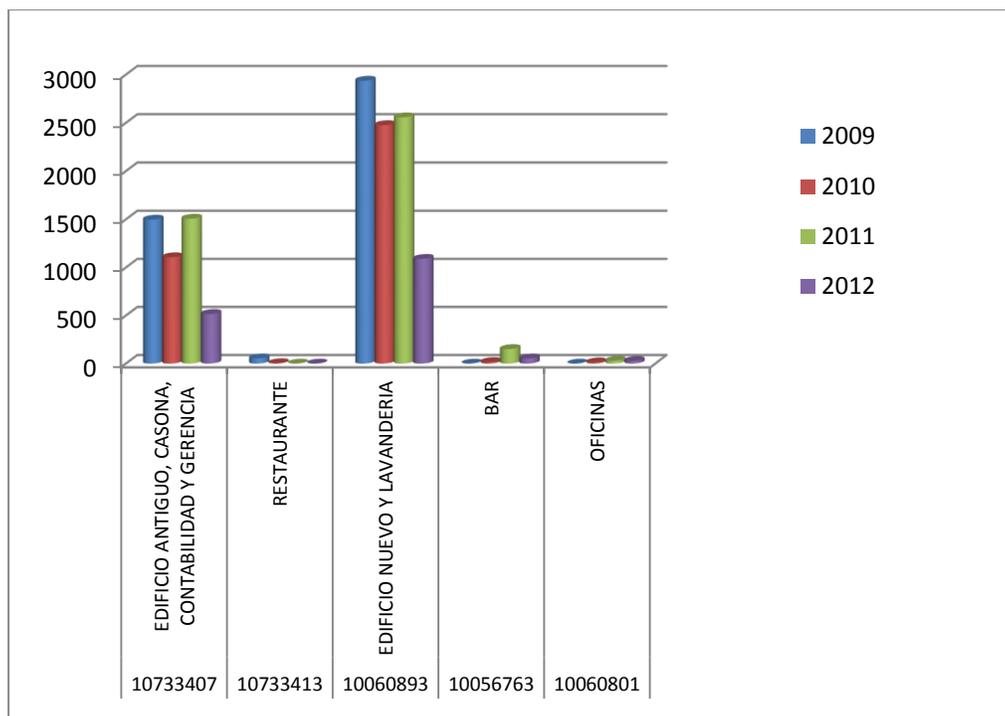
9. ¿Esta su hotel a la vanguardia con la demanda del mercado?
1. Los huéspedes reservan en habitaciones respetuosas con el ambiente
  2. Buscan activamente productos y servicios respetuosos.
  3. Están dispuestos a renunciar a algo, como todos los días cambio de sábanas, si el hotel hace una contribución a una organización ambiental en retorno.
  4. Prácticas ecológicas son adecuadas en Hoteles de mayor precio
  5. Considera el respeto al medio ambiente de un hotel para su decisión de hospedaje
  6. Esta dispuesto a pagar más por una estancia en un hotel ecológico.

10. ¿Cuáles son los procesos de certificación que está implementando el hotel?

- NTS 006 2009 (SERVICIO DE CALIDAD CERTIFICADA)
- NTS-TS 002 2006 (SERVICIOS DE CALIDAD CERTIFICADA)
- NTS-TS 004 2008 (SERVICIO DE CALIDAD CERTIFICADA)
- CALIDAD TURISTICA
- SELLO AMBIENTAL COLOMBIANO (MINISTERIO DE AMBIENTE, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL)
- THECODE (PROTECCION Y PREVENCION CONTRA EXPLOTACION SEXUAL DE NIÑOS Y ADOLENTES)
- FENALCO SOLIDARIO (RESPONSABILIDAD SOCIAL)
- ESI@CENTER (SINERTIC)

## GRAFICAS

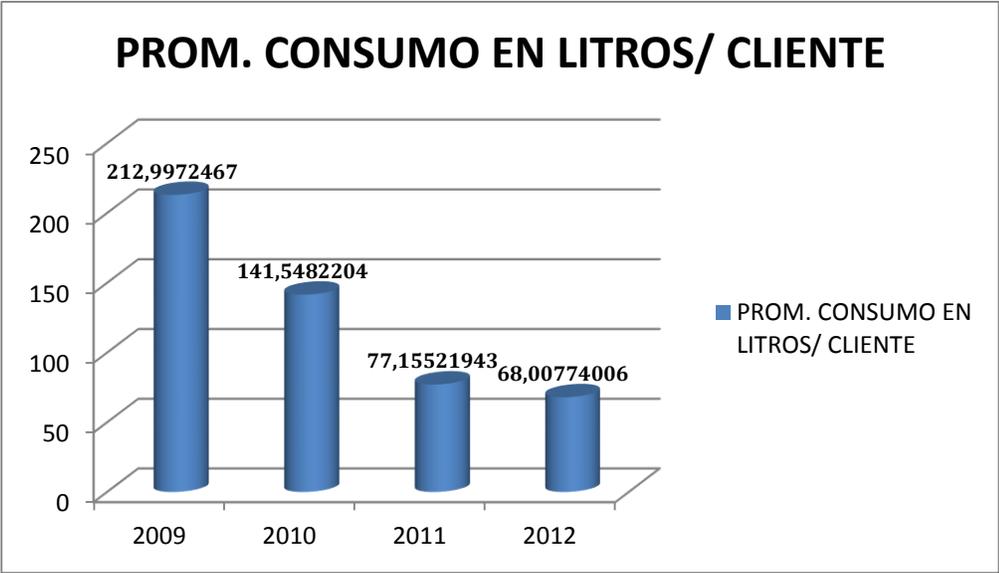
**Grafica 1:** Comparaciones entre 2009 – 2012 en Consumo de agua diferentes areas del hotel (Fuente Hotel el Campin)



Esta grafica nos permite evidenciar el progreso en disminuci3n de consumo de agua a3o tras a3o, esto se debe gracias a la implementaci3n de pol3ticas de calidad que exigen proyectos de disminuci3n de consumo de agua a corto, mediano y largo plazo. Las herramientas para disminuir el consumo de agua instauradas dentro de esta organizaci3n var3an desde la recolecci3n de aguas lluvia, la renovaci3n de tuber3as, reciclaje de aguas, mitigaci3n de qu3micos y grasas, renovaci3n de llaves, sanitarios, dispensadores de aguas, en ba3os-duchas, restaurante y lavander3a. Es notorio comprobar por medio de esta grafica que la inversi3n en aplicar instrumentos de sostenibilidad baja notoriamente el consumo de agua y por ende baja el costo de este servicio p3blico fundamental para la cotidianidad. El 3tem m3s sobresaliente dentro de la grafica es la disminuci3n de consumo de litros de agua por cliente, sobresalta a la vista las ventajas de educaci3n al hu3sped y herramientas de disminuci3n en consumo, el 3rea de lavander3a sigue siendo el m3s preocupante ya que

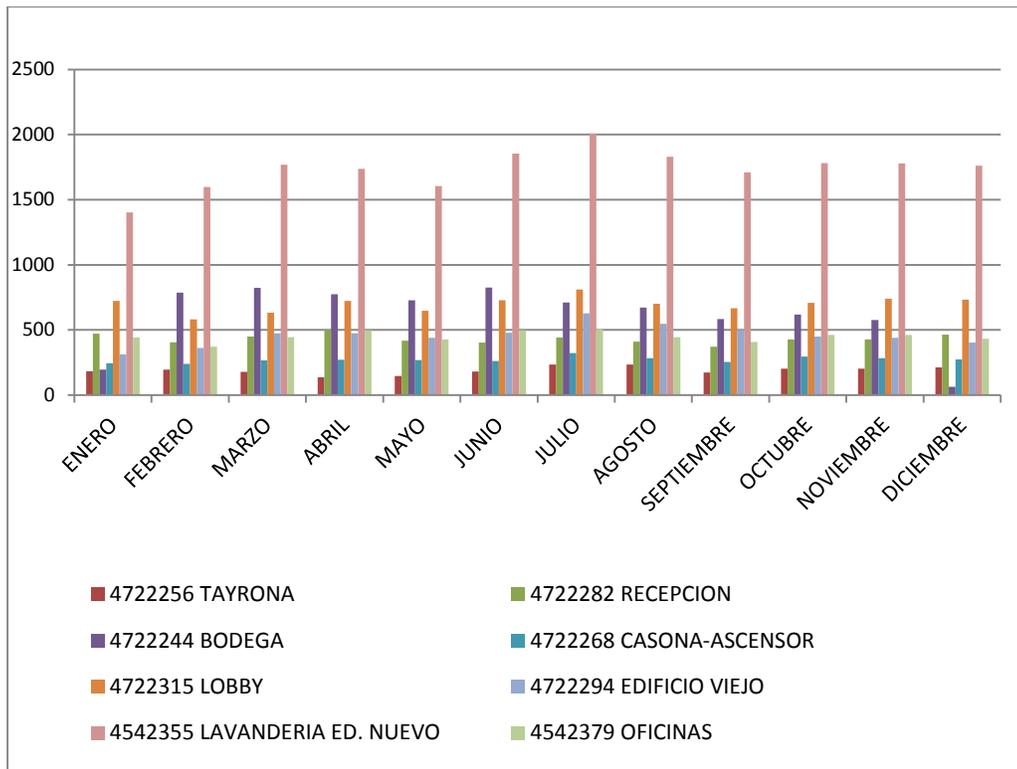
genera el índice más alto de consumo en agua y las estrategias de mitigación no se están divisoando.

**Grafica 2:** Comparacion entre 2009 – 2012 en consumo de agua (Fuente Hotel el Campin)



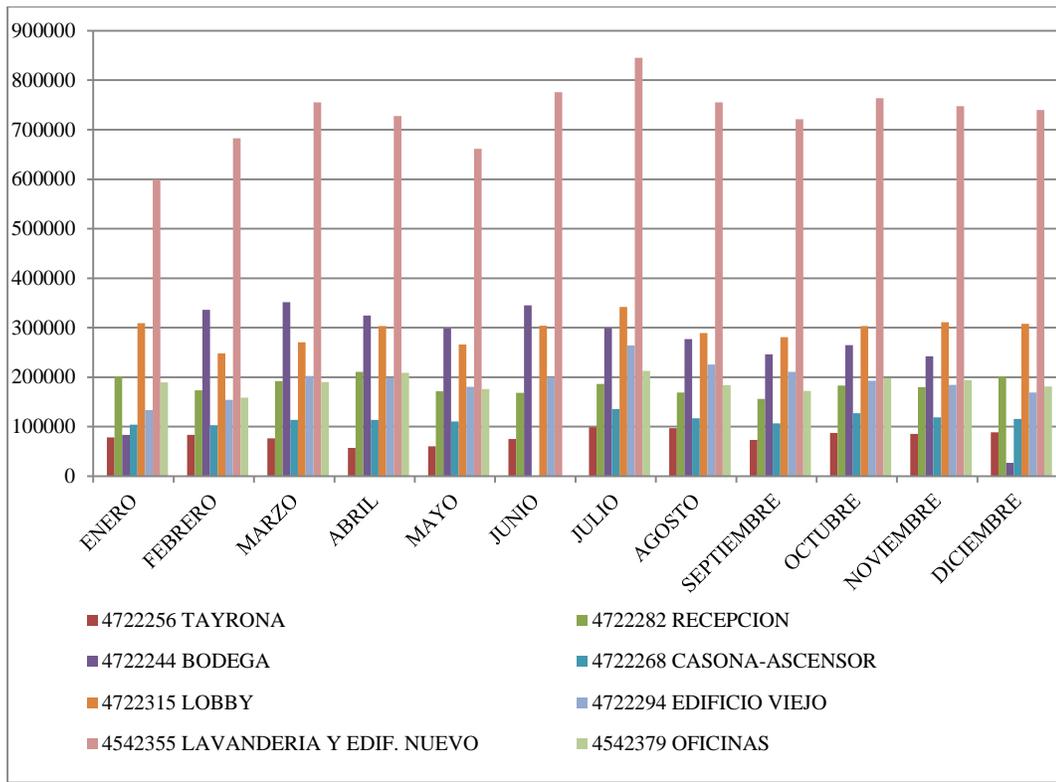
Aquí se demuestra que la cultura del huésped definitivamente está cambiando, sus hábitos de consumo y destrucción han quedado en el olvido. Tenemos huéspedes mas consientes con los recursos renovables y tenemos más hoteles consientes en temas medioambientales. La reestructuración de la planta física junto con la reestructuración de cultura organizacional en el hotel el campin ha permitido develar resultados en la disminucción de consumo de agua, esto se debe a la concientización del ser humano en el ámbito natural y jurídico en la preservación del medio ambiente para prolongadas generaciones fin único de la sostenibilidad. En el ámbito de sustentabilidad podríamos decir que el hotel realmente se vuelve más rentable a largo plazo porque se disminuye el consumo de servicio públicos y por ende disminuyen sus costos de producción y esto trae consigo el aumento en la utilidad económica y ambiental se matan dos pájaros de un solo tiro.

**Grafica 3:** Consumo energia 2011 (Fuente Hotel el Campin)



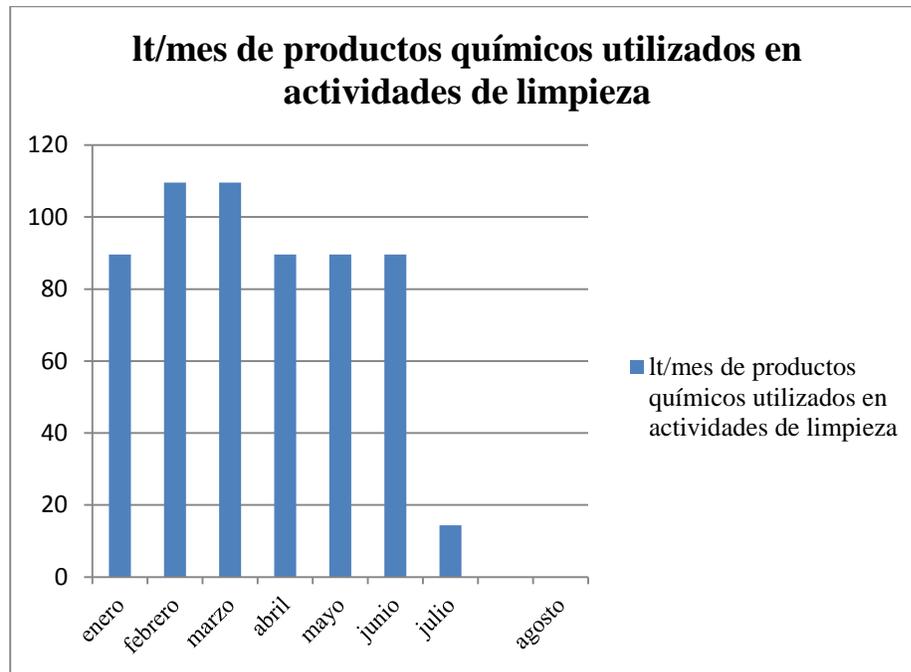
El servicio de energía es imprescindible para el funcionamiento de la actividad hotelera, la comodidad y el confort se dan gracias al funcionamiento de múltiples herramientas de servicios que dan placer y satisfacción al huésped, se puede evidenciar una disminución notoria en el consumo de energía del hotel el campin tanto en áreas comunes como en habitaciones. Gracias a la implementación de herramientas de la tecnología, sensores de ocupación para termostatos de las habitaciones.

**Grafica 4:** Consumo de enrgia 2012 (Fuente Hotel el Campin)



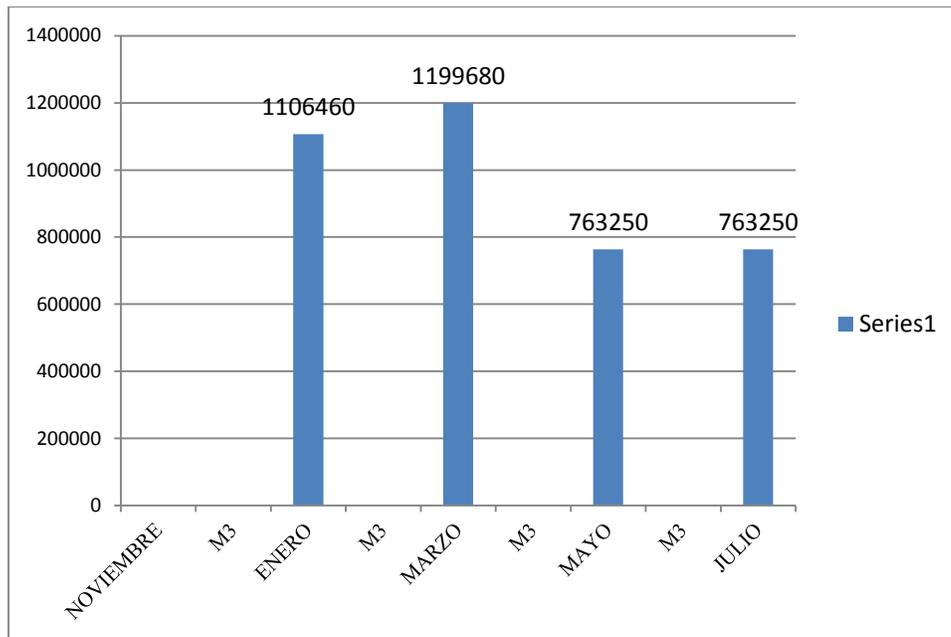
Capacitación al personal en temas de mantenimiento en procedimientos de conservación y energía, aprovechamiento estratégico de la luz solar y demás practicas sostenibles para reducir el consumo, reflejado en los costos de servicios públicos generados mes a mes y conglomerados en estas graficas anualmente. Evidencian disminución de consumo y disminución en costos por utilización de este servicio y la retribución de inversión por calidad y sostenibilidad reflejada en disminución de costos y mitigación de impacto medioambiental.

**Grafica 5** Consumo de productos químicos en actividades de limpieza 2012(Fuente Hotel el Campin)



Esta grafica nos permite observar la disminución de consumo en productos químicos, en donde se evidencia el buen manejo que está haciendo el personal que paso de usar 110 litros en los meses de Febrero y Marzo, hasta llegar a 15 litros en el mes de Julio logrando reducir los índices de contaminación que estos productos generaban tanto en el agua como en el aire ya que varios de estos productos son utilizados en las áreas de lavandería, restaurante, bar, habitaciones y en las áreas comunes del hotel.

**Grafica 6** Consumo facturas de Aseo 2012 (Fuente Hotel el Campin)



Esta grafica demuestra el compromiso que tiene el hotel con los residuos sólidos, ya que se evidencia la disminución de basuras que emite el hotel en las facturas de aseo, ya que se realizan campañas de reciclaje en todas las áreas del hotel, educando al personal a depositar las basuras en su determinado recipiente para luego ser trasladadas a empresas donde les den un tratamiento total a parcial y que se logre obtener un producto nuevo.

## PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

### ACTIVIDADES CON LA COMUNIDAD

FECHA	ACTIVIDAD CON LA COMUNIDAD
2011-2012	participación en el programa zonas ambientalmente competitivas localidad de Teusaquillo
07-Jun-11	taller: manejo integral de RS y vertimientos
14-Jun-11	consolidación comité operativo del corredor comercial calle 53
28-Jul-11	comité pegativo plan nacional de vigilancia comunitaria por cuadrante
09-Ago-11	taller publicidad exterior visual
18-Nov-11	taller: avances en la elaboración de plan de emergencias y tramite ante bomberos
17-Nov-11	taller: elaboración plan de saneamiento básico
24 de enero	Construcción del concepto para el posicionamiento de Bogotá como una ciudad protectora de los niños y niñas en turismo, en el marco de la gran campaña de apropiación de ciudad. IDT, Renacer, empresas privadas, Publicad Publica

26 de marzo de 2012	participación de taller: Turismo Accesible y la oportunidad que representa este segmento “Multicliente”
30 de junio 2012	Día verde con los familiares de los colaboradores
2011-2012	participación de los cuadrantes de seguridad-caí policía galerías
03-Jul-12	Participación en taller con el IDT y los PITs, compartir las experiencias de nuestro hotel en el tema de sostenibilidad ambiental y prevención a la explotación sexual infantil en niños, niñas y adolescentes.
17-Jul-12	Participación de reunión - explotación sexual infantil: Reunión corredor Turístico Girardot, Melgar, Facatativa, presencia equipo Gobernador Cundinamarca, Tolima, cuerpo diplomático, Alcaldes de cinco municipios, Unicef, Renacer y Compensar.
21 de julio 2012	Participación reunión comunidad vecina: contaminación auditiva Actividad con vecinos, Alcaldía Teusaquillo, Policía Nacional, medios locales, empresarios del sector... sobre tema de impacto ambiental ruido y seguridad de la zona.

(Fuente: Hotel el Campin)

El hotel el campin realmente se edifico a partir de estrategias de calidad y servicio, entendió antes que su competencia que el valor agregado integrado con políticas y lineamientos que direccionan la actividad hotelera se dinamiza y el sector turístico crece.

El gestor de este tan renombrado desarrollo el señor. Jorge Maichel, se arriesgo a implementar e innovar en su estructura y organización. Comprende y es una persona estudiada que reconoce que la calidad vende por si sola y que no solo se trata de vender, sino también la intención de apropiarse de términos de sostenibilidad, sustentabilidad, calidad, certificación, negocio responsable, buenas prácticas medioambientales y demás todo con consciencia e integración social, ya que todo negocio nace para satisfacer alguna necesidad humana y respetar la misma con su entorno.

Este hotel maneja una planeación para la sostenibilidad económica, social y medioambiental, dentro de estas encontramos el cronograma de actividades que realiza el hotel el campin con la comunidad local y flotante; incluye dentro de estas actividades talleres de concientización, integración de la población residente en proyectos y generación de ideas, involucra y compromete a la seguridad local (policía) y consolida de esta manera un grupo eficaz que trabaja en conjunto y por un mismo propósito desarrollo local.

## CONCLUSIONES

El Hotel El Campin es un gran ejemplo para varias empresas del sector turístico y hotelero, ya que ha implementado prácticas verdes en sus instalaciones, como ahorradores de agua y de energía en todas las áreas del hotel, realizando también campañas de reciclaje, cuentan con un programa de desarrollo social donde comparten la filosofía ambiental a los vecinos, proveedores de la localidad y a las familias de los empleados generando un efecto multiplicador que logre beneficios para todos.

Sin embargo el hotel no está consciente del uso de las pinturas que se son usadas para la decoración de este, ya que estas pueden tener compuestos orgánicos volátiles los cuales son peligrosos contaminantes para el aire, que destruyen la capa de ozono, generando daños en los seres humanos como la muerte dependiendo del tiempo de exposición y los compuestos que estos tengan, es por eso que se debe tener en cuenta la composición de las pinturas para lograr un ambiente más saludable tanto para los huéspedes como para los trabajadores.

Ya que el hotel cuenta con la certificado en sostenibilidad, lo cual ha generado una disminución en los costos y gastos de este, logrando no solo el desarrollo sostenible que se quiere sino también el reconocimiento de los huéspedes, es indispensable contar con muebles hechos de materiales sostenibles y utilizar ropa de cama desechables para logara así un mejor impacto al medio ambiente.

El hotel debe contar con un equipo que promueva el buen uso de los recursos, el cual deberá estar conformado por representantes de cada área del hotel, en donde cada representante propondrá acciones sostenibles que ayuden al establecimiento a lograr el beneficio se que quiere. También es necesario contar con la ayuda de los huéspedes para que sugieran ideas sostenibles para el hotel y así valorar sus propuestas dándoles el reconocimiento y publicándolas en el hotel, mostrándoles de esta manera lo importantes que son para el establecimiento y para el medio ambiente.

## BIBLIOGRAFIA

- Bohórquez Vidal, M. F. & Gómez Arias, J. (2011). El Green marketing como aporte para lograr la sostenibilidad ambiental con empresas del sector hotelero en Bogotá. En Competitividad y Responsabilidad Social de Pymes en Bogotá: Investigaciones y Estudios. Facultad de Ciencias Administrativas (pp. 199 - 220). Bogotá: Fundación Universitaria Los Libertadores.
- Bohórquez Vidal, M. F. (2010). Aplicación del Green marketing en el sector hotelero de Bogotá en el marco del desarrollo sostenible y de la competitividad empresarial. En Riveros, E. (Ed.), Bases Conceptuales para establecer Indicadores de Gestión Sostenible y Asociatividad: Un aporte a la competitividad de las Pyme desde el Desarrollo Sostenible (pp. 136 - 162). Bogotá: Fundación Universitaria Los Libertadores.
- Ley 1558 (2012), “Por la cual se modifica la ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones”
- Manual de Condiciones de Gestión y Uso del Sello Ambiental Colombiano
- Pérez, M. (2004). Manual del Turismo Sostenible. Madrid, ES: Ediciones Mundi- Prensa
- Norma Técnica Colombiana 5133 (2006)
- Norma ISO 14001
- Savale, T. K., Sharma, A. F., & Patil, P. U., Green Marketing: Opportunities and Challenges
- The Carlson Hotels Worldwide, Practical Guide to “Greening” Your Hotel
- <http://andromeda.unimet.edu.ve/ojs/index.php/ra/article/view/49>
- <http://www.colombiaincluyente.org/verop.php?id=8>
- <http://www.lafm.com.co/noticias/2009-11-03/bogot-1-der-latinoamericano-en-hoteles-con-sostenibilidad>
- <http://media.unwto.org/es/press-release/2012-06-20/la-innovacion-verde-en-el-turismo-puede-generar-importantes-beneficios-econ>
- [http://www.icontec.org/BancoConocimiento/C/certificacion\\_iso\\_14001/certificacion\\_iso\\_14001.asp?CodIdioma=ESP](http://www.icontec.org/BancoConocimiento/C/certificacion_iso_14001/certificacion_iso_14001.asp?CodIdioma=ESP)
- <http://www.oei.es/decada/accion.php?accion=09g>