

Título Una reflexión ética aplicada para empresas de alojamiento

Tipo de Producto Working Paper

Autores Gilabert, Manuel

Código del Proyecto y Título del Proyecto

D15A01 - Herramientas de gestión cuantitativas en pequeñas empresas de alojamiento de la costa argentina y su relación con la calidad del servicio brindado

Responsable del Proyecto

Gilabert, Manuel

Línea

Contable - Tributaria

Área Temática

Administración

Fecha

Marzo 2015

INSOD

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas
Proyectuales

FUNDACIÓN
UADE

Una reflexión de ética aplicada para empresas de alojamiento

Doctorado en Administración de Empresas

Pontificia Universidad Católica Santa María de los Buenos Aires

ASPECTOS ANTROPOLÓGICOS Y ÉTICOS DE LA ADMINISTRACIÓN

Docente: Dr. Gilli, Juan José

Doctorando: Gilabert, Manuel

Marzo de 2015

Introducción

Aunque con definiciones diversas y puntos de vista no siempre convergentes, las personas llegan a reconocer a través del tiempo y de la historia que la ética tiene una importancia fundamental en las decisiones.

Dentro de la ética, como saber práctico que busca orientar la conducta humana (Cortina, 2000) , se encuentra la ética aplicada. Tras realizar un recorrido por varios autores y conceptos, Cortina llega a la siguiente definición:

"La ética aplicada tiene por objeto (...) aplicar los resultados obtenidos en la parte de fundamentación a los distintos ámbitos de la vida social(...). Es decir, tendremos que averiguar de qué modo pueden ayudarnos a tomar decisiones la máxima utilitarista de lograr el mayor placer del mayor número, el imperativo kantiano de tratar a los hombres como fines en sí mismos y no como simples medios, o el mandato dialógico de no tener por correcta una norma si no la deciden todos los afectados por ella, tras un diálogo celebrado en condiciones de simetría. La ética de la empresa es, en este sentido, una parte de la ética aplicada (...). Sin embargo esto no basta, porque la aplicación no puede consistir simplemente en tomar unos principios generales y aplicarlos a todos los campos, como si cada uno de ellos no tuviera su especificidad. Como si la actividad empresarial fuera igual que la sanitaria o la docente, y ninguna de ellas aportara por sí misma ningún tipo de exigencia y valor moral. Por eso la ética aplicada consiste también en averiguar cuáles son los bienes internos que cada una de estas actividades debe proporcionar a la sociedad, qué metas debe perseguir (...) y qué valores y hábitos es preciso incorporar para alcanzarlas" (Cortina, 1994:32)

La autora aclara también que debe considerarse adicionalmente la moral cívica de la sociedad en que se desarrolla la organización.

Por otra parte, Gilli (2011) comenta que entre las múltiples expectativas de una sociedad hacia una empresa, aparece una nueva, la inversión. Dice: "existe un contrato implícito entre la empresa y la comunidad en la cual se desarrolla. Se espera que ella provea a los mercados, que genere empleo, que innove y produzca un excedente suficiente para sostener sus actividades en el tiempo; es decir que pague insumos, salarios, impuestos, préstamos, dividendos, pero además que invierta. La

idea de inversión para el futuro es el núcleo del nuevo contrato entre empresa y sociedad."

En base a estos lineamientos, buscamos en este trabajo realizar una reflexión de ética aplicada, enfocada específicamente a las empresas de alojamiento (hoteles, aparts, y otros), empresas eminentemente de servicio, pensadas para satisfacer desde las necesidades más básicas -como el resguardo para descansar- hasta otras más avanzadas como los encuentros sociales, el reconocimiento, y similares.

En relación a esta industria, Gallego (2001) explica que ya no se habla de una calidad objetiva, ex ante, sino de una calidad percibida por cada cliente, ex post. Sin conocer y escuchar al cliente no se puede hablar de calidad, independientemente de lo que crean los directivos. Esa mirada puesta en el cliente es la que debe dirigir la operación. Del mismo modo, la medición de resultados no puede quedarse sólo en lo financiero, pues esto es una consecuencia última y muchas veces distante de los procesos intermedios y del grado de satisfacción de los clientes. Monitorear el grado de alcance de los objetivos del hotel debe ser un proceso continuo. La clave del buen servicio se puede resumir en la búsqueda de la "calividad", es decir, de calidad y productividad conjuntamente. Por último, el autor indica que debe destacarse que calidad, entendida hoy desde una visión ética, hace referencia a lo que le corresponde ofrecer a la organización según lo que ella promete: fiabilidad, seguridad, respuesta, tangibles prometidos y empatía.

Por otra parte, como indicaba Cortina, los bienes internos de esta industria no están destinados únicamente a los clientes, sino también al resto de los actores con los cuales tiene relación la empresa: personal, proveedores, estado, competencia, etc.

También es importante destacar que, en palabras de Argandoña (2005), no es fácil ser ético. Para lograrlo, de mínima la empresa debe lograr tener unos valores y compromisos claros y comunicados, formular un compromiso personal de la alta dirección, creíble y puesto en práctica, integrar los valores en los canales de toma de decisiones, de modo que se reflejen en las actividades clave de la organización, los sistemas de información y de evaluación de los resultados deben estar vinculados con la mencionada línea ética, y es necesario que los directivos tengan las competencias para decidir correctamente en el día a día.

Propuesta

Con el fin de dar puntos o ítems orientativos, sin pretender ser exhaustivos, presentamos una lista de elementos que podrían considerarse a la hora de hacer una auto reflexión ética en la gestión de una empresa de alojamiento.

Empresa con el personal:

- Respeto de la jornada laboral diaria (turnos) y descansos semanales (francos).
- Remuneración digna, abonada en tiempo y forma (registrada), respetando leyes y convenios vigentes.
- Condiciones dignas de trabajo:
 - Espacios físicos amigables y adecuados
 - Uniformes con diseño y tallas dignos, lavados con frecuencia necesaria
 - Iluminación, ventilación y factores higiénicos adecuados
- Fomento de buen clima de trabajo.
- Procedimientos y manuales claros y capacitación para el trabajo.
- Brindar motivación y sentido al trabajo.
- Directivos que den el ejemplo en temas éticos y de trabajo.

Empresa con el cliente:

- Evitar overbooking o sobreventa.
- Coherencia entre mensaje publicitario e instalaciones reales, en todos sus aspectos.
- Claridad y transparencia en tarifas, cargos adicionales y similares.
- Explicitación del reglamento interno del hotel, sus valores y compromisos.
- Trato afable en todo momento por parte de todo el personal.
- Prestación continua y efectiva de servicios según lo contratado:
 - Tiempos eficientes de check in, check out, atención telefónica, y similares.
 - Mantenimiento preventivo más que reactivo de instalaciones.
 - Cantidad y calidad adecuada de los servicios gastronómicos.
 - Equipamiento y calidad de habitación según lo contratado.
 - Limpieza profunda y a tiempo de habitación.
 - Silencios en horarios de descanso y respeto al cartel de "no molestar"
 - Disponibilidad de ammenities y servicios según lo contratado (wifi de calidad y fidelidad, servicios de tv, aire acondicionado, etc.)
 - No ausencia del personal en horarios acordados.
 - Disponibilidades especiales contratadas (accesos discapacitados, alimentos para celíacos, refrigeración de medicamentos, etc.)
 - Sistemas de seguridad adecuados (cámaras, caja fuerte, control de ingresos, etc.)

- Buena predisposición y rapidez para la resolución de problemas.
- Capacidad para orientación turística y cívica de la zona.
- Respeto a los efectos personales de la habitación.
- Trato igualitario a todos los huéspedes.
- Confidencialidad ante terceros acerca de horarios, hábitos u otra información sensible del huésped.
- Disponibilidad de canales para recibir feedback (libros de quejas, encuestas de calidad, etc.).

Empresa con proveedores:

- Pago en tiempo y forma (con documentación oficial)
- Trato cordial y comunicación en tiempo y forma de necesidades.
- Disponibilidad horaria y de personal para la recepción de mercadería de modo de evitar demoras en entrega y afectación de la hoja de ruta del proveedor.
- Priorización y desarrollo de proveedores zonales siempre que sea posible.

Empresa con estado y sociedad:

- Declaración verídica y completa de tributos.
- Cumplimiento de normativas y estándares de calidad requeridos (autorizaciones para funcionar, normas de seguridad e higiene, etc.)
- Búsqueda constante de aplicación y actualización en buenas prácticas.
- Espíritu de mejora continua.
- Fomento de turismo local/zonal en todo el año (no solo en temporada alta)
- Trabajo en conjunto con secretarías o departamentos de turismo.
- Minimización de residuos no reciclables y aplicación de políticas "verdes".
- Búsqueda de mantenimiento digno de instalaciones como externalidad positiva para el barrio y la ciudad.
- Inversión en sus múltiples aspectos (equipamiento, infraestructura, tecnología, etc.)
- Monitoreo y auditoría constante procesos e indicadores propios de eficiencia y calidad para seguimiento de todos los puntos anteriormente descriptos.

Empresa con la competencia:

- Evitar prácticas desleales (sabotajes, dumping, y otras)
- Evitar hablar mal de la competencia.
- Promover convenios de cooperación para promoción conjunta del destino turístico.
- Promover convenios de cooperación para la derivación de huéspedes en caso de necesidad o alta demanda.
- Evitar el "robo" de empleados, sino más bien promover condiciones competitivas y sentido de pertenencia.
- Priorizar diferenciarse en propuesta de valor más que competir nivelando hacia abajo el servicio u orientándose hacia un único perfil o segmento.

Es evidente que la sociedad cambia constantemente, y con ella las necesidades de las personas y las formas de responder a las mismas. Es por eso que se hace necesaria una constante reflexión ética. Con lo expuesto esperamos humildemente poder brindar en este trabajo elementos para realizar una auto reflexión en este tiempo para empresas de hospitalidad, promoviendo la aplicación de principios éticos para con todos los actores de la organización.

Referencias

Argandoña, A, (2005). ¿Por qué no es fácil ser ético?. IESE. Revista de Antiguos Alumnos. Enero-Marzo 2005:40-41

Cortina, Adela (1994) Ética en la empresa. Madrid. Editorial Trotta.

Cortina, Adela. (2000) Ética mínima. Madrid. Tecnos.

Gallego, Jesús.(2001). Gestión de hoteles. Una nueva visión. Madrid. Paraninfo-Thomson learning.

Gilli, J.J. (2011) Ética y empresa. Valores y responsabilidad social en la gestión. Buenos Aires. Granica, 2011.