



UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS

LA ÉTICA EN LA HOSTELERIA

¿CUALES SON LOS PROBLEMAS ETICOS TIPICOS EN HOSTELERÍA Y
COMO RESOLVERLOS?

Estudiante: Thomas Tassin de Charsonville
Tutor de TFG: Raúl González Fabre
Coordinadora de TFG: Marta Ramos

Madrid
Junio 2018

Thomas
Tassin de Charsonville

LA ÉTICA EN LA HOSTELERÍA

¿CUALES SON LOS PROBLEMAS ETICOS TIPICOS EN HOSTELERÍA Y COMO RESOLVERLOS?



1. Resumen

Este Trabajo de Fin de Grado analiza el peso de la ética en la empresa en general como en el sector de la hostelería. Tras el análisis de diferentes casos y ejemplos se puede concluir que la ética ha tomado un sitio importante en todos los sectores, pero particularmente en la hostelería. Se observa, gracias a los estudios y los casos utilizados, que la ética es un tema muy sensible debido a las realidades de las relaciones internas y externas. En efecto, diferentes ejemplos explicados y analizados en este trabajo nos permiten de entender la real dificultad de aplicar la ética a cada situación. El segundo objetivo de este trabajo es de dar posibles soluciones a los problemas estudiados. El tema de la ética en el sector hostelero es un tema poco estudiado y por eso me parecía interesante y necesario de investigar sobre esta cuestión.

Palabras claves: problema ético, típico, moral, valores, deontología, hostelería, ética

2. Abstract

This paper analyses the weight of ethics in the company in general like in the hospitality sector. After the analysis of different cases and examples it is possible to conclude that the ethics have taken an important place in all the sectors but particularly in hospitality. We can observe, thanks to the studies and the used cases, that ethics are a very sensitive topic yet due to the realities of the internal and external relations. Indeed, different examples explained and analysed in this paper allow us to understand the real difficulty to apply the ethics to every situation. The second aim of this paper is giving some possible solutions to the studied problems. The topic of ethics in the hospitality sector is a understudied topic and for that reason it seemed interesting and important to investigate this issue.

Key words; ethics problem, typic, morality, values, deontology, hospitality, ethics.

Indice

1. Resumen.....	3
2. Abstract	4
3. Introducción	6
4. La ética.....	8
4.1 Definición de las nociones correspondiente al tema	8
4.2 Contextualización del tema	10
5. La ética en el mundo empresarial	12
5.1 El papel de la ética.....	12
5.2 Diferentes formas de aplicación.....	14
6. Ética y hostelería ¿En qué consisten los problemas éticos y como identificarlos?.....	20
6.1 Mundo hostelero.....	20
6.2 Sus stakeholders.....	22
6.3 Peso de la ética.....	25
6.4 Problemas éticos típicos.....	31
6.5 Análisis de los casos.....	33
7. Análisis global	36
7.1 Análisis global del sitio de la ética en la empresa	36
8. Conclusión	38
Bibliografía:	40

3. Introducción

El presente trabajo de investigación académica trata de dos aspectos actuales y al centro de la vida hostelera: El sitio de la ética, así como los problemas éticos encontrados por los hoteles, a través la pregunta de investigación siguiente “¿Cuáles son los problemas éticos típicos en hostelería y como resolverlos?” Hoy en día, el tema de la ética forma parte de la vida diaria de la mayoría de las empresas, como se podrá ver posteriormente. El sector hostelero es uno de los mercados más afectado por la ética. Sin embargo, es un tema poco estudiado y muy sensible todavía. La razón de esta sensibilidad se debe al hecho de los problemas éticos encontrados por una gran parte de los hoteles. Se puede tomar el ejemplo de algunos grandes grupos hosteleros que todavía tienen dificultades a aplicar la ética a cada situación. Este trabajo tiene también el objetivo de dar soluciones posibles a los casos estudiados y así demostrar que existen soluciones reales a los problemas actuales.

Para conseguir estos objetivos, se recurrió a la observación y al análisis de diferentes casos reales que están al centro de los debates actuales, ya sea tanto en la ética empresarial como al nivel de la ética en hostelería.

Para responder a la pregunta principal del trabajo, ¿En qué consisten los problemas éticos y como identificarlos?, la metodología utilizada es la siguiente:

- Explicación de la “teoría” en primer lugar, cómo definir lo que esta representa.
- Uso de casos o ejemplos reales para ilustrar la parte teórica.

Este método permite de comprender cada ejemplo y de tener una mejor comprensión de cada situación gracias al estudio de los diferentes casos. En relación con el tema de la ética en la hostelería, hay una parte suplementaria que incluye un análisis con las soluciones posibles a los casos estudiados antes. Esa parte permite de dar un valor añadido a este trabajo que aporta una visión única sobre los casos y las soluciones.

En relación con las fuentes de datos, vienen principalmente de sitios web económicos o especialistas del tema, de periódicos y libros electrónicos. Hay informaciones presentes en el trabajo que vienen de mi experiencia y de mi conocimiento, debido a la falta de información sobre el tema de la ética en la hostelería.

En las últimas décadas las empresas ven en la ética un real valor añadido y fundamental al buen funcionamiento de la sociedad. Esta aparición en la vida cotidiana de las empresas ha afectado la manera de trabajar de cada uno dentro de la empresa. La mayoría de esos cambios se han producido debido a la falta de seguridad profesional. Hoy en día, el tema de la ética empresarial

hace parte del interés central de muchos investigadores. ¿Qué es realmente la ética? ¿Cuáles son sus límites? ¿Cómo tratar con ella? Es un tema que me parece interesante de investigar y analizar a través algunos casos concretos. La ética toca todos los sectores, pero la hostelería es un área particularmente sensible a este tema. En efecto, el mundo hostelero es un sector único con una ética que debe estar al centro de cada acción. Sin embargo, este tema es todavía muy sensible y poco desarrollado en los diferentes estudios que se puede encontrar en la web y los libros.

Además, este tema supone una reflexión personal para juzgar de lo que es ético o no. Detrás este trabajo, el objetivo final es de tener una mejor visión de lo que representa la ética empresarial en tiempos de cambios importantes y de poder dar soluciones posibles a diferentes problemas relacionados a esta cuestión.

Este trabajo está dividido en cuatro grandes partes. Antes de enfocarse en el tema de la ética relacionada al sector de la hostelería, me parecía natural de explicar como se define la ética al nivel empresarial y de interrogarse sobre el sitio de la ética en la empresa en general. Este camino permite al lector de tener una definición clara de las palabras claves del tema, necesarias a la comprensión del trabajo. Este método tiene también como objetivo de dar en primera parte una visión global de la ética en la empresa gracias a las misiones que cumplen por la ética y la presentación de la carta ética de algunas empresas que pertenecen a diferentes áreas, para mostrar su impacto independientemente del sector. La tercera parte es realizada alrededor de casos concretos y de estudios para determinar la importancia de la ética y de su peso en el sector de la hostelería. La última parte tiene por objetivo de dar un análisis general del sitio de la ética en el mundo empresarial antes de concluir el trabajo.

4. La ética

4.1 Definición de las nociones correspondiente al tema

¿Qué es la ética? Según la literatura filosófica, la palabra ética viene del griego “ethos” que significa “comportamiento” y del latín “mos-mores” que significa “moral” sinónimo “ética”. Esta etimología puede estar al principio de la dificultad de diferenciar la ética y la moral. Diferentes definiciones existen definiendo la ética como una voluntad del individuo que buscando su felicidad se preocupa de las consecuencias de sus decisiones frente a los otros. Es un enfoque defendido por Aristóteles.

La ética es una escuela de pensamiento basada en valores. El individuo se basa en la religión (Kant, Pascal), una creencia en una tecnología pudiendo arreglar todos los problemas del mundo (Mill, Bertham) o la educación (Aristóteles). La ética es un modo de pensamiento que guía la acción individual. En la empresa la ética tiene diferentes misiones para atraer los clientes y tener una buena imagen frente a la competitividad. Se verá más tarde las misiones asociadas a la ética.

Según la literatura económica, la noción de ética es principalmente utilizada sobre el tema de la ética empresarial. La ética, en general, responde a la pregunta “¿Como vivir?” mientras que la ética empresarial puede ser definida por las reglas y principios a establecer dentro de una empresa para gobernar su funcionamiento interno (empleados) y externo (clientes, asociados, proveedores, sociedad civil, etc.). Este concepto apareció en los años 50 en los EE.UU durante numerosos escándalos que estallaron en relación con la seguridad de ciertos productos. En este país, la legislación estaba centrada en las prohibiciones mientras que en Europa la ley servía para mejorarse y las compañías fueron menos forzadas que en EE.UU. La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) tiene un sitio cada vez más importante. Hay diferentes maneras de entender la RSE y puede preguntarse si la empresa tiene una ética propia o si es una simple forma de aparentar estos valores establecidos por los seres que la integran. En este último caso, la sociedad solo formalizaría una ética común. La ética empresarial es una rama de la ética aplicada. Define todas las cuestiones normativas de naturaleza moral utilizadas en el mundo de la empresa y los negocios.

¿Cuáles son los problemas éticos típicos? Ciertas nociones como: problema ético, típico, moral, valores, deontología, hostelería merecen que nos detengamos en su contenido.

¿Qué significa resolver un problema ético?: Un problema ético es una situación donde los valores y reglas morales entran en conflicto y afectan una decisión determinada.

Los problemas éticos forman parte de la vida diaria de muchas empresas. Ellas tienen una ética y valores que defienden. La ética puede reagrupar acciones simples tal cual la manera de vestirse, la cortesía o por el contrario acciones que conciernen directamente la dirección de la empresa y que pueden influir su imagen, como la falta de informaciones dadas a los stakeholders o la discriminación. Son valores que las empresas pueden defender y cuando algunas de ellas no son respetadas, hay que resolverlas para mostrar una imagen ética.

Resolver significa dar una respuesta justa que permita de rectificar la situación en el mejor sentido posible, frente al problema encontrado.

¿Qué es la moral?: Es un término muy similar a la ética, pero hay algunas diferencias importantes para no confundir las dos palabras.

Según la literatura filosófica, la palabra moral viene del latín “mores” que significa “costumbres”. La filosofía define la moral como la perspectiva por la cual una persona o un grupo de personas se conforman a ciertas reglas o normas preestablecidas permitiendo de determinar el Bien y el Mal. A diferencia de la ética, la moral tiene un lado imperativo, como lo dice Kant. La moral está compuesta de obligaciones y de auto superación. La ética y la moral no se confronten y algunos filósofos actuales piensan que la moral no puede venir sin la ética. La ética incluiría la moral porque en la búsqueda de la felicidad, cada ser humano puede ser susceptible de conformarse a reglas preestablecidas, el pensamiento actual va en el sentido de la ética más que en el sentido de la moral porque el Hombre quiere construirse él mismo.

¿Qué significan los valores?: Según la literatura filosófica, la palabra viene del latín “valor”, derivado de “valere” que significa “ser fuerte”. Esta palabra ha sido utilizada en diferentes circunstancias y tiene significaciones diversas que se pueden distinguir en 3 categorías:

1. La virtud que atribuimos a una persona o a una cosa. Esta riqueza puede ser relativamente abstracta.
2. El precio de un bien. Es un valor cuantificable.
3. Las reglas o virtudes de una persona o de un grupo de personas para organizar su comportamiento.

Cuando se habla del valor al nivel abstracto, cada persona tiene su punto de vista que refleja su personalidad. Los valores que defendemos se traducen en nuestras acciones y al nivel colectivo.

Según la literatura económica, los valores son la base de la ética dentro de la empresa, porque son necesarias al desarrollo de una ética que organiza los vínculos en la sociedad. Los valores son utilizados para crear un vínculo entre el individuo y la empresa. Según Thierry Wellhoff (*Les valeurs*, Editions d'Organisation, 2009, página 65), un autor actual, una de las misiones del valor es comprender la estrategia global de la empresa frente a sus stakeholders.

¿Qué significa deontología?: La palabra deontología viene del griego “deon” que significa “lo que conviene” y de “logos” que significa “palabra”. La deontología corresponde a todos los valores y reglas de conducta aceptadas por un grupo. En el contexto profesional, se trata de un código de reglas establecidas por una profesión y que normaliza los comportamientos de sus miembros. Se puede decir que es un derecho profesional, incluyendo la ética y la moral.

¿Qué significa típico?: En este caso un problema ético típico es un problema que es específico al sector estudiado. El trabajo se refiere al sector hostelero. Entonces, se estudiará los problemas éticos específicos a este ámbito.

¿Qué se entiende por hostelería?: “Es un conjunto de servicios, empresas y establecimientos que proporcionan alojamiento y restauración a viajeros”. El trabajo estará basado en los hoteles y no en la restauración, además mi experiencia a través de mis años de estudios y durante mis prácticas hace que conozca más el medio hostelero que el de la restauración.

Con las definiciones de cada noción importante de la pregunta de investigación y del tema en su globalidad, me parece posible de empezar a enfocarse en el tema. Se tratará en primer lugar de la contextualización del tema en esta segunda parte de la introducción, antes de dar una visión global de la ética en la empresa.

4.2 Contextualización del tema

A partir del siglo XX, la ética se presenta como uno de los temas esenciales en la vida empresarial. Se ha desarrollado al principio de la era postindustrial y postcapitalista, cuando se observó que las empresas tenían una gran influencia en la vida de mucha gente tanto al nivel

interior como al nivel exterior y en la cuestión medioambiental. El rendimiento es la palabra la más importante después de la Segunda Guerra mundial. Para alcanzar este objetivo tan importante para las empresas, se depende del rendimiento individual de cada empleado.

Debe demostrar cada vez más su espíritu innovador y su reactividad para adaptarse a su entorno interno como externo de la empresa. Antiguamente, cada empleado tenía una posición y un papel bien definido por la empresa, mientras que hoy en día la individualidad se encuentra en primera posición dentro de la progresión de la compañía. La sociedad debe ser capaz de crear reglas para alcanzar los objetivos de rendimiento. A partir de este momento, muchas organizaciones han hecho presiones en las empresas para que se respete la vida de sus empleados. Las empresas las más controladas por las autoridades son las compañías que reinan en el mundo. Deben mostrar el ejemplo a seguir. Desde hace algún tiempo, en todos los países desarrollados existe una legislación civil, penal, laboral, administrativa y mercantil. Esta legislación especifica todas las responsabilidades tanto de los empleados como de las empresas. La novedad reside en la visión social y en la conciencia social de esta legislación. Consciente que la empresa espera más del empleado, este quiere a cambio un medio de realización en su trabajo diario para aceptar la inseguridad que tiene en la empresa. Todas las infracciones deben estar justificadas por el Estado. Cuando se acumulan muchas faltas, el Estado puede llamar una sociedad “bancarrotada moral”. Es una de las peores situaciones que una empresa puede cruzar porque pierde la confianza de sus colaboradores, los gobiernos y los mercados financieros. La mayoría del tiempo esta situación se traduce por una bancarrota financiera.

Muchas personas confunden la noción de moralidad y de ética porque las diferencias son delicadas. La ética responde a la pregunta “¿Qué puedo hacer?” o “¿Cómo puedo vivir dentro y por mi empresa?” mientras que la moral responde a la pregunta “¿Qué tengo que hacer?”. Los valores de la empresa juegan un papel determinante en la noción de ética. Hoy en día la ética está fuertemente asociada a la noción de desarrollo medioambiental. Existen algunas sociedades llamadas “Empresa ética”. Al principio, este nombre designaba las empresas que no querían invertir en otras organizaciones porque estas no respectaban los valores éticos, por ejemplo, las sociedades ligadas al tabaco, al alcohol, a la pornografía o la industria del juego y del armamento. Como se puede ver, había más criterios de exclusión que criterios de selección. A partir de los años noventa, las empresas se comparan entre ellas con criterios asociados a la responsabilidad social, medioambiental y financiera.

5. La ética en el mundo empresarial

5.1 El papel de la ética

Dentro de la empresa, la ética acapara un papel definitivo cada vez mayor. En la práctica de la ética en las empresas puede observarse desde la perspectiva de la finalidad y desde la perspectiva de los métodos. Como se ha dicho antes, la ética tiene diferentes finalidades en la empresa. Para ser claro, las finalidades estarán desarrolladas por punto.

- La primera misión es una *misión de comunicación*.

Hoy en día, la importancia de la imagen frente a la competitividad y a los clientes es fundamental. Sin una imagen de fiabilidad, de respeto para sus clientes y del nivel medioambiental, la empresa no puede perdurar. Por eso, la primera misión de la ética es una misión que va en el sentido de la imagen que la empresa proyecta. Se traduce principalmente a través del marketing. Algunas sociedades quieren mostrar una imagen de moralidad ante los stakeholders. Se trata principalmente de demostrar a las partes interesadas, la conformidad de las actividades de la empresa frente a la jurisdicción, así como los principios morales de la profesión. Este último punto depende más de la deontología. Si la empresa es capaz de convencer sus clientes, los stakeholders, las autoridades fiscales o la OIT (Organización Internacional del Trabajo), poseerá una gran libertad y autonomía para sus acciones.

Se puede decir que la misión de comunicación respeta y responde a las reglas fundamentales de la empresa, al respeto de los derechos tanto comerciales como humanos frente al intercambio con sus clientes.

- La segunda misión se basa en una *misión de control*.

Una de las ambiciones de las compañías es de poder controlar las actividades de sus empleados. El problema de esta voluntad es que es muy costoso y difícil a hacer. En efecto, es prácticamente imposible de dominar los riesgos, aunque las sociedades establecen procesos, herramientas y procedimientos de control. La ética juega un papel importante de control en este caso porque permite de verificar si los empleados tienen la misma visión y una ética coherente con la visión e imagen de la empresa, y así salva dinero porque no necesita ningún dispositivo de gestión

costoso. Permite también de obtener las respuestas a los problemas directamente a la fuente, lo que evita los errores.

Para un buen funcionamiento de la empresa, los empleados deben respetar ciertas reglas. Como toda empresa, es normal que esta quiera conocer los actos de sus empleados y sus stakeholders. Así, la ética juega el papel de una herramienta perfecta. En efecto, permite una mejor regularización de las actividades en relación con la visión elegida por cada empleado.

- La tercera misión es una *visión altruista*.

Frente a las misiones precedentes, algunas sociedades quieren difundir valores o permitir a los empleados expresar sus valores a través de actividades diferentes dentro de la empresa. En general, son actividades que crean una cohesión de grupo.

Se puede tomar el primer ejemplo de una empresa que permite la reinserción de antiguos detenidos. Están seguidos dos años por la sociedad. El objetivo de este proceso es de permitir a estas personas de tener la posibilidad de encontrar un CDI (Contrato a Duración Ilimitada).

Una segunda empresa propone clases de alfabetización o de informática a todos los trabajadores voluntarios.

En estos dos casos, la visión de ética es diferente, pero tiene el mismo objetivo: Permitir a personas de sentirse mejor en la empresa o la sociedad. Además de mejorar la condición de la gente, las dos empresas mejoran sus imágenes frente a la competencia o ante a los otros clientes potenciales.

En general, en cada sociedad la parte de los recursos humanos está encargada de la gestión de los valores dentro de la empresa. La ética adquirió tal importancia que los reclutamientos pueden estar efectuados a través de los valores defendidos por la persona, para ver si están en adecuación con los de la empresa. Todos los valores apoyados por la empresa están escritos en un documento que puede tener diferentes nombres como Carta ética, Código ético, etc. Este documento que resume todos los valores de la compañía debe tener un impacto de deontología de los trabajadores hacia la empresa.

En efecto, la ética es un tema muy ligado con la noción de dirección. Los dos términos están indisolubles hoy en día. La ética de la empresa esta elegida por los directores durante juntas ejecutivas. Son esas personas que eligen la ética a seguir, pero no son ellos que aplican las decisiones. Es la parte de los recursos humanos como se ha dicho antes. El sector de la sociedad juega un papel importante en la aplicación de la ética. Significa que, en función del sector, una

empresa va usar más su ética en un departamento que otra. Se va a ver en el siguiente punto gracias a ejemplos concretos que la ética se utilice de diferentes maneras.

5.2 Diferentes formas de aplicación

Por la importancia que la ética tiene y que las empresas están obligadas a poseer un código ético, algunas empresas de notación fueron creadas para calificar las sociedades, sobre sus esfuerzos en el tema RSE. En Francia, la más conocida es Vigeo. En Europa otras agencias han sido creadas en 2001 como FTSE4Good en Reino-Unido, ESI en Bélgica o DJSI Stoxx en Suiza. La agencia que tiene más influencia es el FTSE4Good porque tiene 305 números de valores. Cada valor corresponde a una empresa. El primer índice extra financiero es Domini 400 Social Index, creado en 1990 por Amy Domini. Hoy, reagrupa 400 empresas según dos criterios. Las compañías que están en los sectores del tabaco, del alcohol, del juego o del nuclear no forman parte de este índice. El segundo criterio selecciona todas las sociedades que realizan más esfuerzos en relación con el medioambiente, el establecimiento de políticas sociales y de buenas gobernanzas.

Las principales diferencias se observan en su aplicación. En efecto, cada empresa debería tener la misma base ética, pero cada empresa tiene el derecho a aplicar su ética como lo quiere a condición de que sea respetada por los empleados. Se analizarán dos empresas que pertenecen a dos sectores diferentes, para tener una idea de las diferencias posibles sobre la utilización de la ética dentro de la empresa. Estas son conocidas internacionalmente y son suficientemente grandes para tener sus Códigos en la red.

La primera empresa que se va a utilizar es la empresa francesa SNCF que es responsable de todos los trenes en Francia. Es una de las empresas más grande y presente en el país. Sus valores deben servir de ejemplo a otras sociedades más pequeñas. Como es una estructura muy importante y desarrollada, tiene un departamento específico al tema de la ética. Gracias a su Código ético que es disponible en la web, he podido conocer sus valores éticos. En este documento, el grupo SNCF hace la diferencia entre sus valores y los *principios éticos de acción* que defiende. Tiene cinco valores éticos basados en valores humanos.

La integridad:

- Para esta empresa, la integridad consiste en ser honestos dentro de la compañía, y también frente a la clientela. Así frente al fraude, a la corrupción o el tráfico de influencia. Es un valor que se encuentra en todos los sectores porque es la base de cada organización, pequeña o grande.

La responsabilidad:

- Esta empresa hace parte importante de la vida social y económica del país. Esta asume también una responsabilidad medioambiental y social. La responsabilidad de tal empresa es la base de su funcionamiento. En efecto, todas sus acciones son repercutidas directamente al cliente y de manera muy significativa. Por ejemplo, un tren que llega retrasado entrena un desorden en la organización de la jornada de muchas personas y es un factor agravante. En estas circunstancias, este valor es mucho más importante que en otras empresas.

El respeto de las personas:

- Para que una empresa funcione correctamente, la empresa debe asegurar el tratamiento de la dignidad y de la seguridad de sus empleados y respetar el intercambio entre sus socios y sus clientes.

La confianza:

- La confianza debe ser la regla indispensable para el intercambio entre la empresa y sus stakeholders. Sin confianza, es imposible de tener una empresa sostenible. La SNCF es una empresa con docenas de asociados y millones de clientes.

El coraje:

- En este Código, el coraje está definido en la disposición y la energía para afrontar los problemas, tomar decisiones justas y como hacer frente en el trabajo en general. Las decisiones efectuadas a todos los niveles tienen un impacto directo en el funcionamiento de la empresa. Las principales decisiones son muy difíciles de tomar porque implican muchas personas que no están necesariamente de acuerdo. Para esas razones, el coraje en este tipo de empresa es importante.

Luego de este párrafo concerniendo los valores, en el código ético enumera diez principios éticos, por ejemplo:

- *Proteger el capital humano del grupo:* El grupo SNCF tiene 260 000 colaboradores y sin protección, la empresa no podría funcionar. Pasa por la vida privada, la discriminación, etc.
- *Anticipar y luchar contra la corrupción y el tráfico de influencia:* Es evidente que un grupo como la SNCF no puede dejarse influir por la corrupción.
- *Luchar contra el fraude:* Hoy día hay una parte importante de fraude: como el hecho de no pagar el billete de transporte, real problema para la SNCF porque pierde millones de euros en un año.
- *Respectar el derecho a la competencia:* Es el líder en su sector, pero para una competitividad “sana y leal” es importante dejar los competidores tener precios competitivos y atractivos.
- *Evitar los conflictos de interés:* En una empresa los conflictos de interés pueden ser perjudiciales a la perennidad de la sociedad. Por eso, todo conflicto debe evitarse y saberlo terminar.
- *Proteger las informaciones confidenciales y los datos personales:* El secreto profesional es muy importante en el mundo empresarial y traicionarlo puede tener consecuencias muy graves para la empresa, pero también para la persona que divulgue la información. Un grupo de este tamaño debe tener muchísimas informaciones sensibles por eso la confidencialidad es primordial.
- *Gestionar y usar de manera íntegra y rigurosa los fondos y el patrimonio del grupo SNCF:* Como empleado, el grupo SNCF pone a disposición todo el material necesario para trabajar. Por eso, es importante de usar con precaución el material.
- *Reducir nuestra huella ambiental:* Esta empresa del ferrocarril tiene naturalmente un impacto importante en el medio ambiente, por lo tanto, sus objetivos relacionados al medio ambiente deben limitar al máximo su huella en el medio ambiente. Hoy, este tema forma parte de la ética. Para este tipo de empresa, el medioambiente es fundamental porque muchas organizaciones que luchan para el medioambiente siguen con mucha atención las decisiones del grupo.
- *Ser un grupo ciudadano responsable y solidario:* Este principio significa que el grupo asume la transparencia de sus cuentas, de sus gastos y de sus inversiones.

- *Asegurarse que los prestatarios, los proveedores y asociados apliquen principios éticos similares:* Es importante de tener stakeholders que pueden representar la marca gracias a sus métodos de ética y de valores. Tener asociados que apliquen los mismos principios éticos es benéfico porque permite mostrar una imagen de atención a los clientes o al Estado, y probar que es un grupo responsable.

La segunda empresa forma parte de un sector completamente diferente. Es la sociedad multinacional L'Oréal. Forma parte del sector de la perfumería y de los cosméticos. Esta compañía está presente en muchos países por eso tiene que adaptar sus reglas a cada legislación, dependiendo del país en el cual está implantada. En relación con la ética, L'Oréal tiene un Código general que globaliza todos los valores propios a la empresa. En cada país, la carta ética cambia para ser en adecuación con las leyes del país determinado. En su Código, el director general Jean-Paul Agon describe la ética como un valor esencial para la perennidad de la empresa. Indica sus principios éticos que son la Integridad, el Respeto, el Valor y la Transparencia. Esos valores son la base de todos los compromisos respetados por el grupo. En la Código aparecen 3 secciones que desarrollan el respeto de los compromisos como Empresa, Empleador y Empresa responsable. Se van a analizar algunos puntos de cada sección, así:

- Respeto de los compromisos como empresa
 - *Seguro y calidad del producto:* La seguridad de los productos es esencial en una empresa que vende cosméticos a millones de personas a través del mundo. Para garantizar una conformidad perfecta, deben cumplir todos los requisitos legislativos como normativos nacionales e internacionales. La conformidad pasa por las normas de higiene, por ejemplo. En caso de algún problema, el servicio Atención al cliente debe ser eficaz y rápido.
 - *Selección y trato imparcial de proveedores:* Muchas compañías quieren trabajar con una empresa como L'Oréal. Por eso, el grupo tiene que analizar parcialmente cada oferta y elegir la mejor sin favoritismo y justamente. También, los proveedores tienen que respetar las expectativas éticas de L'Oréal. Se compromete a pagar los proveedores a tiempo y según los términos acordados.
 - *Como representar a la empresa:* La reputación de una empresa tan grande como L'Oréal es importante y depende de cada empleado. Hay que tener en cuenta los intereses de

L'Oréal, demostrar los principios éticos de la empresa o actuar de manera ética frente a sus compañeros en la vida diaria al trabajo o fuera.

-

- Respeto de los compromisos como empresario

- *Salud, seguridad y protección:* Desde algunas décadas, los seres humanos han comprendido que el capital humano es lo más importante en una empresa. L'Oréal desarrolla valores alrededor de este tema. Quiere que cada empleado trabaje en condiciones saludables y respetuosas. La empresa pone a disposición de los trabajadores procedimientos para resolver los problemas con sus superiores directos.
- *Diversidad:* En una empresa tan grande, la diversidad es indispensable y forma parte del funcionamiento de los equipos. Para la dirección es difícil de gestionar las diferencias culturales, pero enriquece mucho la empresa. Diversidad también en los talentos, porque fortalece la creatividad lo que permite de desarrollar y comercializar los productos importantes. Intenta contratar a personas que no están representadas en grupo sociales y/o étnicos como las personas que están disminuidas físicamente.

- Respeto de los compromisos como ciudadano corporativo responsable

- *Responsabilidad medioambiental:* L'Oréal tiene un impacto importante en el medioambiente y quiere respetarlo al máximo. Su objetivo es de “comunicar abiertamente sus innovaciones, sus avances en este campo, así como sus retos”. Su Código desarrolla este tema, por eso quieren poner en práctica el compromiso en los procesos ecológicos. Pasa por la compra de materias primas renovables y el “desarrollo de envases ecológicos”. Intentan a limitar sus impactos de contaminación a todos los niveles como evitar los viajes innecesarios, ahorrar agua, electricidad y evitar generar residuos.

Como se ha dicho antes, L'Oréal tiene muchos más compromisos éticos pero lo que fueron desarrollados anteriormente son los más importantes del Código. Como la SNCF, el grupo basa

su Código sobre la empresa y sus stakeholders. Forman parte de sectores diferentes y por eso tienen compromisos que no son los mismos.

Se puede ver directamente que los principios éticos “principales” son diferentes. En efecto, la SNCF defiende la confianza, el coraje y la responsabilidad mientras que L’Oréal defiende el valor y la transparencia. El respeto y la integridad son dos valores defendidos por los dos grupos. Estos dos valores están presentes en muchos Códigos porque son la base de una empresa que funciona correctamente gracias a un capital humano que se siente bien dentro de la compañía.

La SNCF vende un servicio a millones de clientes cada día. Por eso la confianza es fundamental en una actividad de prestación de servicios. El coraje de admitir los problemas directamente frente a los clientes es un valor difícil a tomar y a mantener. L’Oréal tiene que tomar decisiones difíciles pero el cliente no lo ve directamente y no está directamente impactado por esas decisiones. El valor de responsabilidad corresponde un poco a la misma idea.

Sobre L’Oréal defiende la transparencia, en un mundo donde todo se sabe rápidamente, la transparencia se ha convertido como un pilar esencial de muchas empresas. Incluye mayoritariamente las empresas que venden productos concretos y no servicios como los de la SNCF. En la visión del cliente, la transparencia significa: cómo y dónde se fabrica el producto, con qué elementos, quien ha fabricado el producto, etc. Todas esas preguntas forman parte de la RSE. Desde un punto de vista de un proveedor o asociado, la transparencia se refiere a la parte financiera.

6. Ética y hostelería ¿En qué consisten los problemas éticos y cómo identificarlos?

6.1 Mundo hostelero

Ahora que hemos visto la ética en la empresa en general, es el momento de enfocarse en la hostelería.

Antes de hablar de la importancia económica al nivel mundial de este sector, es importante de definir lo que es realmente, porque la industria hostelera reagrupa diferentes mercados.

La hostelería orientada hacia el turismo conoce un real crecimiento después de la Segunda Guerra Mundial. Esta expansión pasa principalmente por la diversificación de la oferta. En efecto, los apart-hoteles, los hoteles-casinos, los hoteles-clubes, moteles aparecen junto con nuevas localizaciones, nueva concurrencia de los precios y la aparición de las cadenas de hoteles. Estas últimas surgen al principio en los Estados Unidos, después en Europa y por fin en el mundo.

Desde la Segunda Guerra Mundial, la industria hostelera ha cambiado mucho con la aparición de nuevos tipos y formas de hostelería como lo hemos visto antes. Las expectativas y los estilos de vida de los clientes están en evolución constante lo que provoca la llegada de estos nuevos tipos de hoteles. Se puede dividir la hostelería en 3 grandes partes; la hostelería de lujo, la hostelería de media gama y la hostelería de baja gama. En torno a estas 3 categorías, muchos tipos de hoteles se han creado. Hoy, la hostelería de media gama es la más corriente y utilizada a través del mundo, seguido por la categoría económica y la hostelería de lujo. Podemos citar el grupo Accor que es el sexto grupo hostelero más grande del mundo con una mayoría de hoteles de media y económica gama. Se puede dar también el grupo IHG (Intercontinental Hotel Group) que reagrupa diferentes niveles de gamas con Holiday Inn (media gama) e Interncontinental (alta gama).

Como se puede imaginar, la mayoría de los hoteles de media gama son hoteles privados o que no forman parte de grandes cadenas internacionales.

“Establecimiento que abastece la morada y/o el cubierto mediante pago”. Esta frase podría ser una definición de la hostelería. Esta última ha evolucionado muchísimo en los 10 últimos años gracias a la llegada de nuevas formas de hostelería.

El mundo hostelero ha cambiado su rostro y todo el mundo puede ser anfitrión. En efecto, con la llegada de Airbnb, la hostelería clásica se ve amenazada por una hostelería emergente mucho más práctica y económica. La nueva generación esta conocida por su voluntad de facilidad y de obtener todo rápidamente. La edad mediana de los utilizadores de Airbnb es de 37 años, en Francia. La parte financiera juega un papel muy importante en el éxito de Airbnb. La empresa se ha creado en primer lugar para ampliar la oferta hostelera que estaba saturada en algunos lugares. Ahora, existe una real alternativa a la hostelería clásica principalmente en sitios donde no hay hoteles o al contrario donde hay demasiados hoteles caros.

Esta diversificación se encuentra también en la industria hostelera más clásica. Se puede dar como ejemplo las albergues, los B&B (Bead and Breakfast), casa de huéspedes, el camping, los cruceros, etc.

Hay también una diversificación al nivel de las etiquetas. Por ejemplo, “Châteaux & Hôtels Collection” reúne los hoteles boutique. En Francia existe la etiqueta “Relais du Silence” que tiene su equivalente en los Países Bajos “Quiet Hotel Room”. Esta etiqueta reúne los hoteles que permiten a los clientes de relajarse lejos del ruido de las ciudades. Eso da al hotel un valor comercial objetivo para los establecimientos turísticos.

La llegada de los sitios web como Tripadvisor o LaFourchette (destinado a los restaurantes) tienen una importancia masiva. La clientela es cada vez más exigente con los servicios propuestos y cualquier error está penalizada en estos sitios. Puede tener repercusiones graves en la popularidad y la imagen del hotel si el problema no está rectificado rápidamente. Se detallará más en profundidad este tema en la parte de los stakeholders.

El mundo hostelero es una industria que está en expansión constante a través del mundo. En los años 2000, es el sector que conoció el mejor crecimiento económico al nivel mundial. Los especialistas suizos Stefan Fraenkel y Ray Iunius, en el libro “Industrie de l’Accueil”, citan en 2007 las cifras publicadas sobre este sector por la Oficina Internacional del Trabajo. Las actividades ligadas a la recepción de clientes, representadas por la hostelería y la restauración, equivalían a 11% de los empleos directos e indirectos al nivel mundial (200 millones de personas). En 2010, la rama de la hostelería, de la restauración y del turismo, empleaba 235 millones de personas, lo que representa 8% de los empleos directos e indirectos. Los “empleos directos” designan los empleos directamente ligados a la producción de bienes o servicios del sector de la hostelería, por ejemplo. Esos empleos tienen el propósito de crear otros en empresas que prestan los bienes y servicios del sector de la hostelería. Esos empleos son indirectos. Los empleos del sector de la hostelería están repartidos a 20% en las empresas multinacionales

frente a 80% en las pequeñas y medianas empresas. El sector esta mayoritariamente constituido por empresas empleando menos de 10 personas, especialmente en Europa.

En 2014, los hoteles ofrecían 19.5 millones de habitaciones. Los grupos hosteleros internacionales representan 40% de la oferta con 7.85 millones de habitaciones. En 2015, los grupos hosteleros chinos entraran y trasformaran el orden mundial dominado por los grupos europeos y americanos.

6.2 Sus stakeholders

Los stakeholders son todos los actores que tienen un interés en la empresa. Existen los actores internos a la compañía, los empleados, los directos y los actores externos, los clientes, los accionistas o los proveedores.

Cada sector tiene sus propios stakeholders. Los intereses de cada uno de ellos son diferentes dependiendo de la relación que tienen con la empresa. Un gobierno no tendrá el mismo interés que un proveedor directamente ligado con la compañía en cuestión. Para determinar el nivel de interés y de poder se puede usar la matriz de Mendelow. Esa última permite de conocer la importancia de un stakeholder frente a la empresa. Se divide en 4 cuadros como el grafico siguiente lo representa.



<http://knowledgegrab.com/glossary/mendelows-matrix/>

Para ilustrar el gráfico supra, he elegido de analizar los stakeholders de una cadena hotelera: Melia Hotels International. He encontrado sus stakeholders en el sitio web de la empresa y los he puesto en la matriz.

- Nivel de poder/interés Bajo/Bajo → llamado “Mínimo esfuerzo” 1. Medio ambiente 2. Competidores 3. Gobierno
- Nivel de poder/interés Bajo/Alto → llamado “Mantener informado” 1. Propietarios
- Nivel de poder/interés Alto/Bajo → llamado “Mantener satisfecho” 1. Proveedores 2. Sociedad
- Nivel de poder/interés Alto/Alto → llamado “Actores claves” 1. Clientes 2. Empleados 3. Inversores

Voy a explicar ahora porque he puesto los stakeholders así en la matriz. La posición de cada variable depende obviamente de la empresa, pero se puede pensar que la mayoría de los hoteles tienen su matriz parecida a esa.

1. Bajo/Bajo → El medio ambiente como el gobierno son dos stakeholders que tienen sus importancias en el desarrollo del hotel. Pero el nivel de poder y de interés es mucho más inferior a los otros. En algunos casos, el concepto se basa en el respeto del medio ambiente. Es un concepto que se desarrolla cada vez más con las legislaciones de los gobiernos debido al calentamiento climático principalmente. Sobre los competidores, pienso que esos stakeholders juegan un papel importante, pero no tienen ningún poder en la empresa por sí misma. La posición o por lo menos el nivel de poder/interés de este stakeholder podría ser diferente si hay una competitividad fuerte entre dos o más actores.
2. Bajo/Alto → Los propietarios son las personas que detienen la compañía por eso, me parece lógico de ponerlos en esta sección. No tienen necesariamente poder porque invierten solo el dinero suficiente y toman las decisiones finales para que la empresa viva. Se puede tomar el ejemplo de la película “Margin Call” cuando una reunión entre todos los directores y managers de la empresa está organizada. El propietario, John Tuuld, no conoce nada del contexto o de la finanza en general y toma su decisión después de una explicación muy simplificada de la situación dada por el consejo de administración. En este caso, el propietario está aquí solo para tomar una decisión final. Añadiría también los inversores o por lo menos los inversores llamados “sleeping partner” en esta sección porque tienen un poder inexistente (opuesto a los inversores

“normales”) en las decisiones adoptadas por la compañía. En contrario tienen un interés alto porque han dado dinero y quieren estar reembolsados. Por eso el éxito del hotel es fundamental.

3. Alto/Bajo → Para que un hotel o una empresa en general funcione correctamente, los proveedores son indispensables. Por esta razón el nivel de poder frente al hotel es importante. Además, en un hotel bastante grande con un restaurante, pueden existir 10, 15, 20 o muchos más proveedores diferentes. Una relación sana entre el hotel y su proveedor es indispensable tanto para el hotel que para el proveedor. El nivel de poder ejercido por un proveedor sobre un hotel es muy fuerte, especialmente si este último es clave para el hotel. Al contrario, el proveedor no tiene un nivel de interés alto en el hotel desde el momento que el hotel funcione bien. Cuando se habla de la sociedad, no se habla directamente de los clientes, pero más de la visión que la gente tiene sobre el hotel. ¿El hotel tiene un impacto positivo o negativo sobre la población? ¿Cómo está visto el hotel? Etc. Para un hotel es importante de saber si impacta positivamente o negativamente porque puede haber consecuencias económicas negativas.
4. Alto/Alto → Este último nivel de poder/interés es el más importante porque son los actores claves del hotel. Un hotel, como toda empresa, no puede funcionar sin los clientes y como para los empleados, los clientes tienen un nivel de poder muy alto sobre el hotel. Deben estar satisfechos por las prestaciones ofertas por el hotel y sus expectativas cumplidas. Las razones parecen evidentes pero un cliente que no está satisfecho por su estancia en el hotel no volverá y si es así con la mayoría de los clientes, el hotel va a perder dinero y quebrará. A nivel del interés; para un viajero un hotel es un sitio donde puede relajarse y pasar vacaciones. El pedido en hoteles es cada vez más creciente, particularmente en las zonas turísticas, por eso hay que fidelizar la clientela y promover promociones diferentes e interesantes.

En relación con los empleados, es importante de tener un equipo muy unido para que trabajen bien. El bienestar de los empleados es un tema mayor en la vida de la empresa. Los derechos humanos ocupan un sitio creciente con las leyes que aparecen casi cada año. Los hoteles tienen que enfrentar un problema persistente en sus equipos; el “turnover”. En la hostelería, la rotación de la mano de obra puede ser hasta tres veces más alto que los otros sectores, con una antigüedad en la empresa dividida por dos. La primera razón es que la actividad está organizada por las temporadas. Eso provoca una flexibilidad de la mano de obra y entonces una rotación del personal. Sin embargo, hay otras razones a este fenómeno. Los diferentes horarios, la dureza del trabajo, el salario

y las expectativas de la nueva generación son las principales razones de una rotación tan elevada en la hostelería. Este fenómeno se ve principalmente en la restauración. Para mejorar las condiciones de trabajo y evitar el turnover, diferentes posibilidades existen. Financieramente, se podría atribuir aumentos salariales y ofrecer ventajas sociales. A nivel interno, se podría aumentar las promociones y proponer formaciones individualizadas. A nivel humano, crear un sentimiento de pertenencia, mejorar la atmosfera laboral o desarrollar el “management” participativo.

La otra opción que es opuesta a la idea precedente sería de hacer del turnover una fuerza. Como lo dice Anne-Sophie de Boulois, directora del Zazie Hotel en Paris, el establecimiento tiene como objetivo de formar el personal. Para ella es un placer de manejar y crear nuevos encuentros profesionales. La solución puede estar aquí: poder pasar de una movilidad forzada a una movilidad elegida.

En esta matriz, la noción de ética no está representada. Pero está presente en cada parte. En efecto, las relaciones con los stakeholders deben estar realizadas con respeto. Todas las medidas establecidas por el hotel están realizadas con el objetivo de tener relaciones éticas. La ética está en constante evolución y hoy en día pasa en parte por la comunicación de información, la competitividad leal, la interacción entre los empleados y los empresarios. La confianza es primordial en un equipo y la mejor manera de guardar esta confianza es de tener una administración bien organizada. Mentir a sus colegas o no dar informaciones esenciales es antiético. Es por eso, que las empresas teniendo una administración donde cada uno puede expresarse, reuniones con el personal o los mayores stakeholders son muy presentes. Se puede tomar el ejemplo de AccorHotels que ha creado en 2016 un “Shadow COMEX”. Es un consejo de administración “en la sombra” que tiene el mismo nivel de información que el director general (Sébastien Bazin) y toma decisiones para la empresa. Este consejo de administración está compuesto mayoritariamente por jóvenes que tienen una visión nueva y diferente de las necesidades actuales. Desde un punto de vista ético, esta idea muestra la importancia de dividir la información para tener al final una mejor cohesión e interacción a la hora de decidir.

6.3 Peso de la ética

En un sector como la hostelería que es ámbito de servicio, la ética está posicionada al centro de numerosas acciones realizadas por la empresa. Esta representa un valor y un criterio de excelencia, como lo demuestra Ethisphere Institute. Es un instituto que analiza y define los estándares de las prácticas de la ética dentro de las empresas. Este año, en 135 empresas honestas de 23 países diferentes, las empresas más responsables según los criterios establecidos por Ethisphere son: Marriott International, Hilton y The Rezidor, unos de los grupos hosteleros más grandes del sector. Eso demuestra que la ética es un aspecto indispensable en la hostelería de hoy y que los hoteles, por lo menos los más grandes y poderosos, han comprendido la importancia de la ética. Ethisphere evalúa las empresas sobre 8 puntos: Conciencia de Programa y Recursos, Percepción de la función, Observación y Reportaje de mala conducta, Presión, Justicia organizativa, Percepción del manager, Percepciones del liderazgo, Percepciones de los compañeros y del entorno. El conjunto de esos puntos está escrito en la carta ética del grupo. Desde algunos años, las cartas éticas tomaron un sitio importante dentro de las empresas y particularmente las más grandes, destinadas a integrar los principios de la responsabilidad social. En estas cartas, numerosos puntos están abordados por la empresa: Respeto con los stakeholders, transparencia de las cuentas, protección de las informaciones, corrupción, condiciones de trabajo del personal. Parece más a una lista de cosas que la empresa debe respetar sin necesariamente garantizar un total control sobre la aplicación o no de esos puntos. Es porque la carta ética debe ser relativizada como lo dice Brigitte Pereira (doctor en derecho privado y profesor al Instituto Superior de Gestión en Paris) en su libro “Chartes et codes de conduite: le paradoxe éthique”. Algunas empresas multinacionales, grupos hoteles o no, eligen de construir hoteles en países donde las leyes son mínimas para ejercer la profesión sin o muy pocas limitaciones. En este caso, se puede preguntarse ¿cuál es el interés de la carta ética? ¿Es más un documento ilusorio para atraer los clientes o es un documento que tiene un real valor para las empresas? La carta ética, en general, se basa en las condiciones de trabajo de los salarios como lo demuestra la carta del grupo francés AccorHotels. En efecto, diferentes secciones están en relación con el respeto de las personas, como la discriminación, el trabajo infantil, el trabajo forzado, las condiciones de trabajo. Desde mi punto de vista, pienso que los hoteles que utilizan diariamente la ética han entendido que es un valor añadido para los clientes que vienen en el hotel para diferentes razones. La primera es al nivel relacional: una persona que le gusta su trabajo va a transmitir su entusiasmo al cliente. La segunda, un empleado que le gusta su trabajo es más propenso a ofrecer un trabajo bien activo. Es positivo para el hotel y el empleado que se siente reconocido en su trabajo. Según numerosos estudios, el reconocimiento es uno de los factores lo más importantes para un empleado. Un empleado reconocido por su trabajo es más

precioso que el salario. Las condiciones de trabajo juegan un papel cada vez más crucial en la vida empresarial. Eso se siente tanto más en la hostelería frente al cliente. Pero una pregunta subsiste:

¿Cómo saber si los hoteles respetan todos esos puntos presentes en sus cartas éticas? Gracias a institutos como Ethisphere que evalúa la veracidad del planteamiento ético en la empresa, las partes interesadas pueden tener la confirmación o no, del valor de la ética dentro de la sociedad. Este tipo de clasificación tiene sus límites. En efecto, Ethisphere Institute evalúa las empresas multinacionales o por lo menos aquellas que tienen una gran influencia sobre sus sectores. En relación con la hostelería, los honrados son tres grupos famosos. Los hoteles haciendo parte de grupos no representan la mayor parte del mercado mientras que son los únicos representados en esta clasificación. Es muy difícil de saber si la ética tiene la misma importancia en los hoteles independientes.

Para profundizar el tema del peso de la ética en la hostelería, pensé que sería interesante de añadir dos entrevistas que he hecho con profesionales en hostelería. Eso permite de dar diferentes opiniones y punto de vistas de la ética al nivel del mundo hostelero. Empezaremos con la entrevista de la responsable del alojamiento del hotel Le Cise en Francia. Es un hotel de 25 habitaciones, entonces bastante pequeño. Después, veremos las respuestas del director de los recursos humanos del hotel Sandoz en Suiza.

Para ella, según la definición de la ética dada al principio de la tesis, *la ética está omnipresente porque son los valores que ponemos en la empresa, que forman la deontología. Los valores son subjetivos, desde nuestro punto de vista, un sweatshop bangladesí no es ético porque deja morir sus empleados en el colapso de los edificios insalubres, pero puede ser visto allí como ético porque indemniza las familias de las víctimas después del accidente.*

¿Cuál es el peso de la ética? ¿Se siente todos los días o solo en casos específicos?

La ética es constantemente sentida, porque organiza la empresa y el vector de las acciones de cada miembro del personal tanto como los valores. Que un recepcionista o un camarero produzca una acción voluntariamente o en respuesta a un orden de su superior, eso resulta en todos los casos de una elección de uno de ellos. Acoger un cliente con un hola, y añadir una sonrisa o no, responde a esta base de valores impuesta por el empleador, o responde a un gesto natural del empleado.

¿La visión o el enfoque en relación con la ética es diferente según el tamaño del hotel?

Si consideramos que la carta de las necesidades de un establecimiento impuestas por los grupos hosteleros responde a ciertos valores más que a una simple uniformización de las normas (presencia de un ascensor y otros servicios), entonces sí, estos grupos imponen una ética a cada uno de sus miembros. Desde mi punto de vista, son solamente integrados para aumentar la visibilidad del establecimiento y no tienen mucho impacto sobre la vida del hotel. Los “Relais du Silence”, “Inter Hotel” y otros, actúan más como una federación de establecimientos franquiciados que tienen en común solamente la clientela leyendo las mismas recomendaciones. Al contrario, ciertos grandes grupos como el Hilton son fundados por el mismo grupo que forman los empleados de la misma manera, para que el cliente tenga una experiencia similar, independientemente del sitio dónde va. Entonces, la ética es la misma en cada hotel de estos grupos.

¿Cuáles son los problemas o casos éticos que son frecuentes en un hotel? ¿Usted ya vivió un problema relacionado a la ética durante su carrera?

Ascender de clase un cliente o no, preferir salvar su margen o la satisfacción del cliente. El tratamiento del personal, que sea aceptar sus pedidos, añadir horas adicionales cuando es necesario, ocuparse más de los empleados o de la empresa en primero. Este tipo de dilemas relacionados con la ética están tanto en la sociedad como en la empresa constantes.

Ejemplo: Durante una temporada en los Alpes, un grupo de turcos se quedaba para una semana, reserva $\frac{3}{4}$ del hotel, no respetaban nada, hacían caprichos sobre todo (los niños robaban botellas de vinagre del restaurante para hacer batallas en los pasillos del hotel, llegaban después las horas de servicio, hacían mucho ruido en las aéreas comunes, insultaban verbalmente ciertos miembros del personal). El propietario ha concluido con ellos, que comerían cada dos noches en un restaurante que tenía para reducir el peso en el resto de la clientela y del personal. Esta decisión fue recompensada con un 10/10 en Tripadvisor, diciendo que el hotel ha hecho todo lo que podía para intentar contentar a los clientes.

¿Usted cree que el sitio de la ética se haya vuelto superior en la hostelería?

El verbo “convertirse en” aporta una dimensión temporal a la pregunta, y obviamente los avances sociales, que sean las vacaciones pagadas, los nuevos procedimientos de despido, y otros hicieron evolucionar los valores de la hostelería frente a sus empleados. La regla siempre fue que el cliente es rey y que el personal debe ser tan amable como posible guardando en

memoria los intereses del hotel. No pienso que haya evoluciones en este punto y podemos extrapolar diciendo que las nuevas normas de higiene son hechas por mejorar su bienestar.

¿Usted vio una evolución, un cambio importante en la relación con la ética a través de los años? Como dicho antes, con las nuevas normas sociales y cambios en el código del trabajo, nuevos valores son impuestos como pasar a las 35h por semana, pagar o no las horas adicionales. Es una evolución en la consideración del empleado.

¿Cuáles son las principales implicaciones de la ética en la hostelería? ¿En cuáles ámbitos de la hostelería la ética es la más aplicada? ¿Relación con el cliente, personal, reclutamiento, restauración?

Desde el momento que la ética está definida como lo que guiada la acción de cada empleado en la empresa, no hay medio de decir cuál tema vendría en segundo.

Ahora se va a dar las respuestas del segundo hotel. Es un palacio mucho más grande que el primer hotel. Veremos que las respuestas son muy parecidas independientemente del tamaño del hotel. Porque es un gran hotel, con códigos muy estrictos, la confidencialidad es mucho más alta. Es por eso que la persona no podía responder a todas mis preguntas.

¿Usted piensa que el sitio de la ética se ha vuelto superior en hostelería?

Pienso, efectivamente, que la ética tiene ahora un sitio muy importante en la hostelería. Podemos coger el ejemplo del medio ambiente. El impacto es muy fuerte porque el confort del cliente es importante sino mayor. Los hoteles deben asociar el confort de los clientes a la protección del medio ambiente. De toda manera, los hoteles son muy vigilados.

Durante las crisis, muchas empresas internacionales prohibían a sus ejecutivos de permanecer en los hoteles de lujo para una cuestión de ética. En efecto los directivos de estas empresas no querían que sus ejecutivos vayan en sitios caros para evitar de dar una mala imagen. Esta decisión sigue activa.

En relación con el nivel del personal: Reclutamiento imparcial con la nacionalidad, el sexo, el color de la piel, etc. Eso ayuda a la imagen del hotel. Además, quieren que haya una justicia salarial dependiendo de la antigüedad y del nivel de competencias.

¿Usted vio una evolución, un cambio importante en la relación con la ética a través de los años?

Si por supuesto, con los desafíos geopolíticos. ¿Un hotel está dispuesto a recibir gente conocida como políticos o celebridades? Cada acción de un hotel en relación con esta cuestión es seguida por algunos stakeholders importantes.

¿Cuáles son las principales implicaciones de la ética en la hostelería?

Desde mi punto de vista las principales implicaciones de la ética es la ética entre los competidores. La ética tiene un papel también en la competitividad que tiene por objetivo de captar el mercado para atraer el cliente. Es lo que se llama la competencia leal.

¿En cuáles ámbitos de la hostelería la ética es la más aplicada? ¿Relación con el cliente, personal, reclutamiento, restauración?

Desde mi punto de vista, la ética es la más importante para el personal. En efecto, sin los empleados una empresa no puede funcionar y por eso satisfacer en primero a los empleados es fundamental. La ética interna es más importante que la del cliente, aunque es obviamente un principio significativo.

¿Cuál es el peso de la ética? ¿Se siente todos los días o solo en casos específicos?

Seria utópico de decir que todas las decisiones son éticas. Es muy difícil de hacer decisiones siempre éticas, pero en mi caso, la ética es mi primera regla, aunque no tomo todas las decisiones en las empresas que no son necesariamente en adecuación con mis ideas. Como soy responsable de los recursos humanos del establecimiento, el reclutamiento forma parte de vida diaria y como he dicho antes mi primera regla es la ética. Entonces en relación con este punto, recluto siempre en las aptitudes de los candidatos y nada más.

¿La visión o el enfoque en relación con la ética es diferente según el tamaño del hotel?

El impacto es el mismo pero la aplicación es mucho difícil en un gran hotel. En un pequeño establecimiento, es más fácil de crear valores. Es el lado frágil de las grandes estructuras, porque los valores son instituidos una vez al momento de contratar, pero después pueden ser perdidas de vista.

Ahora, voy a hacer una pequeña análisis y comparación de las diferentes respuestas.

Entre los dos participantes, las respuestas a las diferentes preguntas son parecidas. Como lo dice la persona del hotel de lujo suizo, la ética es la misma independientemente del tamaño del

establecimiento. Es por eso, que las respuestas son similares. En cuanto al sitio de la ética en la hostelería los participantes dijeron que había una evolución con los años y que el principal objetivo es de satisfacer el personal. La ética se siente en cada acción de cada empleado lo que muestra su importancia en un hotel. Estas dos entrevistas demuestran que la ética tiene hoy en día un sitio cada vez más importante en la hostelería sin tomar en cuenta el tamaño del hotel o de su categoría. La principal diferencia entre los dos es la aplicación de los valores y el seguimiento por los directivos de esta aplicación.

6.4 Problemas éticos típicos

Con la llegada de nuevos actores en el sector de la hostelería, con nuevas prácticas y nuevos conceptos los problemas éticos se diversifican. La empresa Airbnb ha desorientado los códigos hosteleros. En efecto, Airbnb ha creado un nuevo estilo de hostelería que se acerca más de la casa de huéspedes que del hotel. Como se ha dicho en la parte precedente, las condiciones de trabajo, la discriminación, el trabajo forzado son puntos esenciales en la carta ética. Sin embargo, el sector hostelería/restauración es conocido por tener un entorno discriminatorio. En 2015, la sociedad Airbnb hacia frente a un escándalo de discriminación en los Estados Unidos. Un estudio de la universidad americana Harvard ha demostrado que las cuentas con un apellido teniendo una connotación africana tenían 16% de ocasiones suplementarias de recibir una respuesta negativa. En junio 2016, los testimonios de una estudiante nigeriana y de una productora de televisión transexual americana, discriminadas en el sitio web habían afectado la reputación de la empresa. El primero de noviembre 2016, Airbnb ha publicado una carta ética que los usuarios deben firmar para utilizar el servicio de Airbnb.

La discriminación es un caso muy frecuente en la hostelería/restauración. Numerosos testimonios de personas anónimas están en la web. La discriminación está presente principalmente en la restauración. Según un antiguo responsable de restaurantes de un grande grupo francés, 75% de los restaurantes tienen prácticas discriminatorias. Existen diferentes tipos de discriminación tal cual el sexo, el apellido, origen, edad, situación familiar, opiniones políticas, pertenencia a una religión, una nación, ... En el artículo, esta persona ha dado su experiencia al momento de contratar el personal. Su dirección le pidió de contratar a mujeres hermosas. El físico importa mucho más que las competencias del individuo. No podía contratar a personas de color, con un acento, con el pelo demasiado corto o una persona de fuerte

corpulencia. La discriminación se efectúa también en el Curriculum Vitae. Como Airbnb, una persona que tiene un apellido que tiene una connotación magrebí nunca tendrá el trabajo. Si el CV no está bien presentado, va directamente en la basura.

Para la hostelería, se puede tomar el caso de AccorHotels. En marzo 2017, el gobierno francés ha denunciado el grupo AccorHotels de discriminación a la contratación. El gobierno utilizó el método de “testing”. Es un método que consiste en enviar un número de falsos CV a las empresas para ver cómo reaccionan a estas informaciones. No tenemos las cifras precisas, pero en media, según *Le Monde* del 14.03.17, el porcentaje de respuestas positivas recibido por los candidatos “magrebí” era de 25% inferior a los candidatos teniendo un apellido considerado como francés. Para mejorar la situación de manera más estructural, la ministra francesa del empleo, Myriam El Khomri, ha propuesto a las empresas de firmar un “pacto de respeto de las prácticas no discriminantes durante los procedimientos de contratación”. Gracias a este escándalo, se puede hacer la interpretación de la carta ética en AccorHotels. En su carta hablan mucho de la discriminación y de las condiciones de reclutamiento. Sin embargo, se puede ver que a pesar de su carta, la ética no está aplicada siempre. ¿La carta tiene un real valor o es solo una imagen marketing? En este caso podemos pensar que la carta tiene el papel de ser conforme a las leyes y atraer potenciales clientes. La discriminación es un tema muy sensible en este sector y para diferenciarse, AccorHotels debería haber sido un ejemplo por sus acciones en este tema en comparación a sus competidores.

Existe otro problema ético típico en hostelería. La llegada de sitios web como Tripadvisor, ha permitido a los consumidores de escribir sus comentarios sobre ciertos restaurantes o hoteles. Desde hace algunos años, el escándalo de los falsos comentarios surgió. Un estudio realizado en junio 2016 por la DGCCRF (Dirección general de la competencia, de la consumición y de la represión de los fraudes), revela que 35% de los comentarios hechos en Internet son opiniones troncadas por la competencia con el objetivo de orientar el consumidor. Este mismo estudio revela que 75% de los consumidores afirman haber renunciado a una compra debido a los comentarios negativos de otros consumidores. Eso demuestra muy bien que la población toma en serio las opiniones. Una ley del 7 de octubre 2016 va a regular a partir del 1 de enero 2018 los comentarios obligando a los operadores de las plataformas como Tripadvisor a dar una información leal y clara. Diferentes aspectos deberán estar mencionados como la fecha de la compra y del comentario, el lugar de la compra o de la experiencia de consumición y la existencia de un procedimiento de control. Está bien conocido que los propietarios como la competencia está lista a poner falsos comentarios pagar ganar cuotas de mercado. En el

periódico *Ladépêche* del 03.01.2018, un antiguo candidato de la emisión Top Chef France, Quentin Bourdy, explica que muchos comentarios han criticado platos que nunca sirvió. El restaurador también dijo que algunas personas le han llamado para suprimir o subir en la clasificación contra una remuneración: “Comprar comentarios no debería ser posible, creamos y comercializamos mentiras”. Hay una anécdota bastante extraordinaria en los falsos comentarios. En abril 2017 en Londres, el periodista Oobah Butler ha creado un restaurante imaginario simplemente gracias a los comentarios en Tripadvisor. Este establecimiento se convirtió en el mejor restaurante de Londres. Para el engaño, ¡el hombre propone un menú con platos de apariencia exquisita y la mayoría están preparados con productos de limpieza! El 5 de mayo, su pedido de adhesión en Tripadvisor es aceptada. Gracias a sus amigos y contactos que multiplican las falsas críticas positivas, el restaurante sube a la 156e posición al fin del verano (estaba a 18.149e posición en mayo). Antes el fin del año, el restaurante se convierte en el mejor restaurante de Londres. Oobah Butler ha abierto el establecimiento para una o dos noches para revelar el engaño. Los clientes fueron un poco sorprendidos. Tripadvisor ha respondido en el periódico inglés *Times* “era solo una cuestión de tiempo antes que sea cerrado” ... Esta anécdota demostró que las plataformas no tenían ningún control en los comentarios de los consumidores.

6.5 Análisis de los casos

Primero, se va a analizar desde un punto de vista ético los casos de Airbnb y AccorHotels que están relacionados por el mismo problema: la discriminación.

En relación con el caso de Airbnb, la discriminación tuvo lugar en los Estados Unidos, un país donde esta situación sigue presente. La empresa quiere ser un ejemplo para los otros, pero vemos que los consumidores utilizan este sitio web sin adherir a las ideas de la compañía. El hecho de no tener una carta ética, antes del escándalo, nos permite de ver que los propietarios usuarios fueron libres de negar personas por razones más o menos tangibles. La carta ética pone límites a la utilización del sitio lo que la gente utilizando la aplicación, encantó. “I received this email this morn. I can appreciate a corp making efforts to not turn a blind eye to discrimination. Great start [@Airbnb](#)” ha comentado un usuario en twitter. Desde un punto de vista ético, la libertad de expresión y pensamiento es muy importante, pero en un caso como Airbnb, una empresa que impacta millones de personas no debería estar permitida a un tal nivel. El hecho de que las personas aprecian la llegada de la carta ética de Airbnb muestra que la carta tiene un

interés importante frente a los clientes. Para ellos, la carta es una garantía de respeto a los valores humanos. Además de tener una posición poderosa para la empresa, tiene un real valor para los clientes. Delatar las expectativas de los consumidores como lo ha hecho AccorHotels tiene un impacto perjudicial en la imagen de la empresa para el conjunto de los stakeholders. Pienso que en este caso, la situación es peor que el de Airbnb porque AccorHotels ya tenía una carta ética y no la ha respetado. Según los diferentes periódicos, desde un cierto tiempo, AccorHotels tenía problemas de discriminación a la contratación. A pesar de las medidas adoptadas por el gobierno con el objetivo de ayudar el grupo hostelero a mejorar sus prácticas, AccorHotels no ha logrado a ajustar sus métodos. Para un grupo con una experiencia y un peso en el sector como el de AccorHotels, el problema es preocupante. En efecto, se puede preguntar si otros grupos hoteleros en el mundo hacen como el grupo francés, independientemente de sus cartas éticas.

Soluciones para el caso de Airbnb como el de AccorHotels existen. Para Airbnb, la carta ética es un primer paso hacia la erradicación de la discriminación. La carta plantea las bases de una empresa que respete la reglamentación y los derechos humanos, lamentablemente la carta no permite seguir de manera segura todas las acciones de los clientes. Pienso que leyes deberían existir para hacer frente de manera eficaz a la discriminación como a los otros problemas éticos. Cada persona haciendo frente a la discriminación debería poder contactar el servicio de Airbnb y presentar denuncias contra la persona teniendo la culpa.

En relación con AccorHotels, la carta ética no es suficiente aparentemente. Desde mi punto de vista, medidas mucho más estrictas deberían existir contra la discriminación para AccorHotels. Quizás cuotas de personas estando en el pasado discriminadas deberían estar creadas para dar a cada uno las mismas oportunidades de obtener un trabajo en este tipo de hotel.

Para los comentarios en los sitios web como Tripadvisor, el problema ético es diferente. Como dice el restaurador Quentin Bourdy “Comprar comentarios no debería ser posible, creamos y comercializamos mentiras”, la compra de comentarios es completamente antiético. Podemos asociar este problema a la *competencia desleal*. Cuando un hotel escribe sus propios comentarios para atraer clientes y mintiéndoles, el abuso está presente. También cuando un hotel concurrente escribe comentarios negativos sobre otro hotel, la competencia es desleal. Lo peor, según mi opinión, es el hecho que existe un real business detrás de este problema. El ejemplo de Quentin Bourdy demuestra muy bien que el problema es real. Una parte del problema es la importancia que toma los comentarios en esta plataforma. Los estudios prueban que 75% de la población usando Tripadvisor toman en serio las opiniones. Las personas que

están listas para hacer negocio han entendido que la clasificación en Tripadvisor se convierte indispensable para los hoteles. Una mala reputación como una buena puede cambiar todo. Por haber trabajado en diferentes hoteles, he visto que los comentarios tienen una importancia cada vez más grande. El sentido positivo de estas plataformas es que los hoteles pueden mejorarse gracias a las opiniones de los clientes, pero un hotel con demasiados comentarios negativos es nocivo para él. La responsabilidad la tiene también Tripadvisor de no tener un control sobre los comentarios. El ejemplo del restaurante de Londres creado por un periodista es perfecto para ilustrar este problema.

Existen diferentes soluciones para resolver este caso. Tripadvisor ya tomó decisiones en 2016 a través de una ley que se aplica en 2018. La ley demanda que los comentarios mencionan la fecha de compra o de estancia, el lugar de compra y el procedimiento de control entre otras cosas. Pienso que es una buena iniciativa, pero no sé si esta ley podrá permitir a los hosteleros y restauradores de controlar los comentarios. El problema es que es difícil de controlar todos los comentarios. Tengo la aplicación en mi móvil e intenté escribir un comentario sobre un hotel. Para escribirlo no es necesario de estar inscrito en el sitio web. Para este punto sería bien de poder escribir una opinión solo cuando estamos inscritos. Pienso que facilitara la aplicación de un procedimiento de control por Tripadvisor. Además, todos los hosteleros deberían tener una cuenta especial asociado al hotel para que no puedan escribir comentarios sobre sus propios hoteles. Eso limitaría un poco el problema de comentarios viniendo de los propietarios.

Otra pregunta subsiste con la identificación de los problemas éticos. En efecto, estos últimos aparecen muchas veces después la aparición de la situación en cuestión. ¿Cómo identificarlos rápidamente?

En relación con la discriminación, el primero paso a hacer es de tener una reglamentación dentro de la empresa teniendo el objetivo de evitar toda discriminación posible a la contratación. Me parece como la mejor opción existente. Si no ha sido hecho ya por la dirección, cuotas deberían estar introducidas por el gobierno. Así la discriminación, por lo menos racial, sería menos presente o inexistente. En el caso de AccorHotels, el gobierno hacía diferentes campañas de “testing” que es una forma de detección de estos tipos de problemas. De forma interna, es el trabajo de los recursos humanos de asegurarse que los empleados encargados de contratar a nuevas personas no hacen ninguna forma de discriminación, bajo pena de ser despedido de la empresa. En los grupos hosteleros es más complicado de detectar las acciones discriminatorias porque en general tienen muchos diversos hoteles situados en países con leyes diferentes. A pesar de las reglamentaciones inculcadas en los hoteles, la discriminación está siempre presente

como nos demuestra el caso de AccorHotels. Sin embargo, el problema de la discriminación ha tratado de solucionarse gracias a leyes establecidas por los gobiernos.

7. Análisis global

7.1 Análisis global del sitio de la ética en la empresa

Gracias a los casos que hemos visto antes, se puede dar un análisis general sobre el sitio de la ética en la empresa. Se va a analizar la ética en hostelería como en los otros sectores.

En efecto, los diferentes ejemplos utilizados a través de esta tesis nos demuestran que la ética se aplica en todos tipos de empresas: en el sector de los cosméticos, de la hostelería, de los trenes, en nuevas o antiguas compañías, grandes o pequeñas. El tema de la ética influye en todo el mundo. Hay una razón simple a este fenómeno: la condición de trabajo del empleado. Cualquiera que sea el sector, la condición del trabajador dentro de la empresa es universal.

Los tiempos han cambiado y las empresas deben cambiar al mismo tiempo. Por eso, diferentes documentos han hecho su aparición dentro de las empresas, como la carta ética que representa el progreso más importante al nivel legal. En efecto, cada empresa debe tener este documento, resumiendo todos los valores y las acciones que la empresa está dispuesta de tomar. Su peso es fuerte y muchas acciones deben estar efectuadas de manera ética. La ética responde a diferentes cuestiones necesarias al buen funcionamiento de la empresa. Las misiones de la ética dentro de la empresa tienen un impacto consecuente sobre los empleados, pero también sobre las acciones de la empresa en sí misma. Desde que la ética ha sido introducida en las empresas, la primera misión es de mejorar su imagen.

Las grandes sociedades se sirven de los medios de comunicación, como las publicidades televisuales para dar una buena imagen. El problema de las publicidades es de influenciar los clientes para atraerlos. Desafortunadamente, la mayoría de las publicidades están hechas de manera que crear una necesidad sin reflejar necesariamente la realidad. Numerosas publicidades han sido creadas para mostrar la ética de la empresa, como los empleados están felices, etc... pero cómo puede ser ético si las sociedades adornan la realidad.

Sin embargo, su importancia en los hechos es diferente. En efecto, con los casos que hemos visto que sea en la hostelería o en otros sectores, la carta ética no es siempre respetada. Ganar dinero es el principal objetivo para toda empresa y añadir eso a la ética puede ser difícil en algunas situaciones. Ciertas sociedades pueden administrar estos dos aspectos al mismo tiempo, gracias al sector o a la profesión donde la ética es un problema menor, pero existen todavía muchos problemas en los sectores donde la ética es omnipresente. La hostelería forma parte de esos sectores. La ética es parte de la vida diaria debido a la profesión en sí misma. En efecto, las relaciones humanas están al centro de todo y pues la ética también. Se puede ver que la ética en la hostelería como en los otros sectores ha cambiado la manera de pensar y actuar. Con la ética, las empresas tienen un peso suplementar, pero también una posibilidad de demarcarse de la competitividad. La ética es un punto crucial para atraer los nuevos clientes y empleados. Podemos tomar el ejemplo de la entrevista para entrar en una empresa. Antes, las empresas observaban principalmente las competencias y la experiencia del candidato. Hoy, las competencias y la experiencia son todavía dos puntos cruciales para la entrevista, pero preguntas sobre algunas simulaciones de escenarios han aparecido y pueden hacer la diferencia entre dos candidatos. El interés detrás estas preguntas es de saber si la persona está lista a trabajar con los valores éticos de la empresa. Como se ha dicho antes, la ética forma parte de la imagen de la empresa y cada empleado es una parte de esta imagen de la sociedad. Para la hostelería es un factor aún más importante porque los empleados transmiten la imagen directamente al cliente. Los hoteles que han entendido eso son recompensados. La ética tocó las empresas, pero también los clientes particulares. En efecto, el caso de Airbnb nos demuestra que la ética es un punto importante para este tipo de clientes y que una empresa que respeta esos valores tiene más suerte de atraer nuevas personas. Se puede preguntar ¿por qué la ética es tan importante a los ojos de los clientes? La respuesta es simple: la empresa, en general, está al centro de la vida de millones de personas en el mundo, entonces si la sociedad hace un error, éste se refleja en la gente. Para evitar esas situaciones, la ética sirve a establecer estas reglas dentro de la empresa, pues la ética toca los particulares también.

Para resumir el análisis general, se puede decir que la ética ha cambiado la manera de pensar y de actuar de las empresas. La relación entre sociedades ha evolucionado como la relación entre sociedades y clientes. En efecto, la ética de la empresa afecta los clientes a través de sus acciones y es por esto que todos los protagonistas de una empresa consideran la ética como un tema fundamental.

Un problema subsiste sobre la cuestión del sitio de la ética en la empresa. Los gobiernos tienden a forzar las empresas a respetar la ética y los valores, ¿pero hasta donde la ética desempeñara un papel central? Lo que quiero decir por esta pregunta es que la ética no puede convertirse en el problema número uno de cada empresa. Antes de todo, una empresa debe ganar dinero para sobrevivir. Hay situaciones donde la ética viene después y las autoridades están listas a sancionar la empresa sin necesariamente entender. En mi opinión, la ética debe ser un valor añadido en algunas situaciones donde la sobrevivencia o por lo menos el futuro de la empresa está en juego.

8. Conclusión

Este trabajo académico tenía como objetivo de responder a algunas problemáticas importantes de la vida empresarial de hoy. Gracias a la metodología seguida, se podía proponer soluciones a las cuestiones actuales que muchas empresas deben enfrentar cada día. Este trabajo no tiene la pretensión de responder a todas las incertidumbres existentes, pero de presentar una parte de los problemas importantes de este siglo y dar algunas respuestas concretas. La empresa vive numerosos cambios a los cuales debe responder y me parecía interesante de presentarlos, desde un punto de visto único. Como se suponía en la introducción, la ética es un tema muy amplio con problemáticas diferentes y analizar su sitio en la sociedad es difícil. Para responder brevemente a la pregunta de investigación siguiente “¿Cuáles son los problemas éticos típicos en hostelería y como resolverlos?”, se puede decir que los problemas son amplios, difíciles de resolver, muy interesantes y sobre todo importantes para el desarrollo del tema de la ética. Con respecto a la resolución de los problemas, pienso que la mayoría de las soluciones existen ya y que las empresas han avanzado en comparación a algunos años. Si queremos que las sociedades respeten aún más la ética, pienso que los gobiernos y las direcciones de cada empresa deben mostrar el paso a seguir antes de penalizar.

En mi opinión, el ejemplo del gobierno francés con el caso de AccorHotels es el mejor ejemplo que debería estar seguido más frecuentemente.

Los resultados obtenidos luego de este estudio permiten de apoyar la importancia de un tema poco debatido, en relación con la hostelería, aunque es una cuestión fundamental en un sector donde la ética forma parte de la vida diaria. Me parecía importante, desde mi punto de vista, de hablar de este tema porque la ética ha cambiado muchas cosas dentro de la empresa en muy pocos años y trabajar en una sociedad no tiene nada que ver en comparación al siglo anterior. Los resultados permiten también de demostrar que la situación del trabajador evoluciona constantemente y que, dentro de diez años la posición del empleado será diferente gracias a la evolución de la ética, por ejemplo, u a otros factores. A pesar de los problemas todavía existentes, pienso que el mundo empresarial ha evolucionado en el buen sentido poniendo la situación del trabajador al centro de los debates, sin embargo, la ética no debe ser la cuestión más importante de las empresas.

Bibliografía:

- **Business ethics and corporate social responsibility An Anglo-American case study.** Recuperado de <http://businesscasestudies.co.uk/anglo-american/business-ethics-and-corporate-social-responsibility/what-are-business-ethics.html>
- **What is the meaning of ethics in business?** Recuperado de <https://www.universalclass.com/articles/business/a-look-at-business-ethics.htm>
- **Business Ethics.** Recuperado de <https://courses.lumenlearning.com/boundless-business/chapter/business-ethics/>
- **Why is ethics important to business?** Recuperado de <https://blogs.accaglobal.com/2014/11/25/why-is-ethics-important-to-business/>
- **Distinction entre éthique et déontologie.** Recuperado de http://gpp.oiq.qc.ca/distinction_entre_ethique_deontologie.htm
- **Éthique et normes sociales.** Recuperado de http://gpp.oiq.qc.ca/ethique_et_norme_sociales.htm
- **Qu'est-ce que l'éthique ?** Recuperado de http://gpp.oiq.qc.ca/qu_est-ce_que_l_ethique.htm
- **Prise de décision éthique.** Recuperado de http://gpp.oiq.qc.ca/demarche_de_prise_de_decision_ethique.htm
- **Hilton.** Recuperado de http://www.hiltonworldwide.com/assets/pdfs/code_of_conduct/HW_COC_2011_FRE.pdf
- **Accor Hotels.** Recuperado de www.accorhotels.group/-/media/...ethique.../Charte_ethique_RSE_AccorHotels.pdf
- **Esclavage moderne : polémique dans un hôtel de luxe parisien.** Recuperado de <http://www.leparisien.fr/paris-75/esclavage-moderne-polemique-dans-un-hotel-de-luxe-parisien-18-09-2012-2170224.php>
- **Les conflits éthiques au travail en question.** Recuperado de http://lara.inist.fr/bitstream/handle/2332/2580/INRS_312.pdf
- **Definición y enfoque de la ética empresarial.** Recuperado de <http://www.losrecursoshumanos.com/definicion-y-enfoque-de-la-etica-empresarial/>
- **HAL Etat de l'éthique dans les entreprises.** Recuperado de <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00672100/document>
- **L'entreprise et l'éthique.** Recuperado de <http://www.oeconomia.net/private/cours/tejs/ethique.pdf>
- **Charte éthique du Groupe SNCF.** Recuperado de http://medias.sncf.com/sncfcom/pdf/ethique/Charte_Ethique_SNCF.pdf
- **Charte Ethique : L'éthique au quotidien.** Recuperado de <http://loreal-dam-front-resources-corp-fr-cdn.brainsonic.com/ressources/afile/130784-3a202-resource-code-of-ethics-french.pdf>

- **La notation extra financière.** Recuperado de <https://www.economie.gouv.fr/facileco/notation-extra-financiere>
- **Accor Hotels, Principes de Gouvernance.** Recuperado de <http://www.accorhotels.group/en/group/our-governance/governance>
- **Airbnb monte en gamme pour conquérir de nouveaux clients.** Recuperado de http://www.lemonde.fr/economie/article/2018/02/23/airbnb-monte-en-gamme-pour-conquerir-de-nouveaux-clients_5261424_3234.html
- **Voici les 10 plus grands groupes hôteliers du monde.** Recuperado de <http://bfmbusiness.bfmtv.com/entreprise/voici-les-10-plus-grands-groupes-hoteliers-du-monde-871527.html>
- **Les Différents types d'hébergement touristique.** Recuperado de <https://viago.ca/types-hebergements-touristiques/>
- **Un label pour les hôtels les plus silencieux.** Recuperado de <http://www.lefigaro.fr/voyages/2015/03/03/30003-20150303ARTFIG00261-un-label-pour-les-hotels-les-plus-silencieux.php>
- **Melia Hotels International: Corporate Responsibility.** Recuperado de <https://www.meliahotelsinternational.com/en/corporate-responsibility/reach-model>
- **Turnover : comment lutter contre ?** Recuperado de <https://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/emploi/2017-02/Turnover-comment-lutter-contre.htm>
- **Accor Hotels : Charte Ethique.** Recuperado de https://www.google.fr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiI-8PskYzaAhWDC5oKHYZIC1wQFggnMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.accorhotels.group%2F-%2Fmedia%2FCorporate%2FTalent%2FPDF-for-pages%2FCharte-ethique-et-RSE%2FCharte_ethique_RSE_AccorHotels.pdf&usg=AOvVaw2DSJPMiAGjqFt0-fv6C9F
- **Marriott International, un groupe hôtelier éthique.** Recuperado de <https://www.luxurytrends.fr/marriott-international-groupe-hotelier-ethique-16057>
- **About the Ethisphere Institute.** Recuperado de <https://ethisphere.com/about-updated/>
- **Chartes et codes de conduite : le paradoxe éthique.** Recuperado de <https://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2008-2-page-25.htm>
- **La discrimination dans le domaine de l'hôtellerie restauration.** Recuperado de <https://blogresto.com/discrimination-restauration/>
- **Discrimination à l'emploi : Accor et Courtepaille épinglés.** Recuperado de <http://www.lefigaro.fr/social/2017/03/14/20011-20170314ARTFIG00338-discrimination-a-l-emploi-accor-et-courtepaille-epingles.php>

- **Discriminations à l'embauche : Courtepaille et AccorHotels désignés mauvais élèves par Myriam El Khomri.** Recuperado de http://www.lemonde.fr/economie/article/2017/03/14/discriminations-a-l-embauche-courtepaille-et-accorhotels-designes-mauvais-eleves-par-myriam-el-khomri_5094421_3234.html

- **Londres : Un faux restaurant devient la table la mieux notée de la ville.** Recuperado de <http://www.cnewsmatin.fr/divertissement/2017-12-07/londres-un-faux-restaurant-devient-la-table-la-mieux-notee-de-la-ville>

- **Our Evaluation is Grounded on These 8 Pillars of Corporate Culture.** Recuperado de <https://ethisphere.com/what-we-do/culture-assessment/>

- **Hilton et Marriott International parmi les groupes hôteliers les plus éthiques.** Recuperado de <https://journalduluxe.fr/hilton-marriott-international-ethiques/>

- **Discriminations : Airbnb lance une charte éthique à signer sous peine d'exclusion.** Recuperado de <https://www.20minutes.fr/high-tech/1952043-20161030-discriminations-airbnb-lance-charte-ethique-signer-sous-peine-exclusion>

- **Faux avis de consommateurs sur Internet : que dit la loi ?** Recuperado de <http://www.europe1.fr/economie/faux-avis-de-consommateurs-sur-internet-que-dit-la-loi-3467696>

- **Hôtels, restaurants : une loi fait la guerre aux faux avis.** Recuperado de <https://www.ladepeche.fr/article/2018/01/03/2715172-hotels-restaurants-une-loi-fait-la-guerre-aux-faux-avis.html>

- **Qu'est-ce que l'éthique ?** Recuperado de <http://www.ethique.gouv.qc.ca/fr/ethique/quest-ce-que-lethique/quest-ce-quun-dilemme-ethique.html>

- **Tendance hotellerie.** Recuperado de <https://www.tendancehotellerie.fr/mot/ethique>