



Universidad de Valladolid
Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales

Máster en Administración de Empresas (MBA)

Trabajo fin de Máster

Responsabilidad Social Corporativa y ODS:

Estudio de casos en el Sector Hotelero Español

Presentado por:

Lina María Bermúdez Barraza

Tutelado por:

Dr. José Miguel Rodríguez Fernández

Dr. María José Prieto Jano

Valladolid, Julio 2024

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi agradecimiento a José Miguel Rodríguez Fernández y a María José Prieto Jano por permitirme adentrarme en este tema tan importante en el mundo de hoy, por cada una de las orientaciones dadas para llevar a cabo este trabajo, y sobre todo por la metodología de enseñanza en el aula de clases en lo referente a la Responsabilidad Social Corporativa, el cual tuvo mucho que ver con la decisión de tomar este camino. Agradezco mucho por el apoyo y la paciencia.

Agradecida con Dios, con mi familia, con la universidad de Valladolid y con este país que me ha abierto las puertas en este escenario educativo, permitiendo un crecimiento significativo de tipo personal y profesional.

RESUMEN

El objetivo principal de este trabajo es analizar la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en tres de las principales cadenas del sector hotelero español, con presencia en distintos continentes: Meliá Hotel International, NH Hoteles, Riu Hotels & Resorts. Primero, corresponde una revisión de literatura sobre el concepto y su evolución. Del mismo modo, considerando fuentes de datos estadísticos, se lleva a cabo un análisis del sector, con la motivación de que este, es uno de los componentes más importantes del turismo español. Luego, con el estudio de casos, se examinan las medidas que adoptan, su grado de importancia en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a partir de sus memorias de sostenibilidad e informes de gestión, pero, también exponer las acciones que no encajan con la teoría de un turismo responsable y sostenible. Finaliza esta investigación con las debidas conclusiones acerca del comportamiento de las multinacionales, teniendo en cuenta fuentes de evaluación ESG y poder brindar recomendaciones, que promuevan el crecimiento futuro de la RSC, que alimenten la consecución de los ODS.

Palabras clave: Responsabilidad social corporativa, sector hotelero, ODS, medio ambiente, social, ESG.

ABSTRACT

The main objective of this work is to analyze Corporate Social Responsibility (CSR) in three of the main chains in the Spanish hotel sector, namely: Meliá Hotel International, NH Hoteles, and Riu Hotels & Resorts. This corresponds to a literature review on the concept, its evolution. Similarly, considering statistical data sources, an analysis of the sector is carried out, with the motivation that this is one of the most important components of Spanish tourism. Then, with the case studies, we examine the measures adopted in the social and environmental field, their degree of importance in achieving the Sustainable Development Goals (SDGs) from their sustainability reports and management reports, but also expose the actions that do not fit with the theory of responsible and sustainable tourism. This research ends with the appropriate conclusions about the behavior of multinationals, taking into account ESG evaluation sources and then provides recommendations that promote the future growth of CSR, which feed the achievement of the SDG.

Key terms: Corporate social, Sustainability, hotel sector, environment, social.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
a) Campo de trabajo y relevancia	8
b) Objetivos del estudio	9
c) Metodología	9
d) Estructura del trabajo	10
CAPITULO 1: MARCO TEÓRICO RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA ..	11
1.1. Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	11
1.2. Modelos y enfoques de la RSC	13
1.3. Normativas, convenios y sistemas de gestión para el fomento de la RSC	16
1.4. ¿Que son los Objetivos de Desarrollo Sostenible?	20
1.5. Agenda 2030	22
1.6. Estándares para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad	23
CAPITULO 2: ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL	27
2.1. Evolución del sector	27
2.2. Evolución del Sector Hotelero en España	29
2.3. Situación actual del sector	31
2.4. Impacto del Sector Hotelero en la Economía Española	36
2.5. Características del Sector Hotelero	39
2.6. Relevancia e influencia de la RSC en Sector Hotelero	40
2.7. Principales Cadenas Hoteleras Españolas	41
CAPITULO 3. ANÁLISIS CUALITATIVO DE ESTUDIO DE CASOS	43
3.1. Información de Meliá Hotels International	43
3.2. Información de NH Hotel Group	53
3.3. Información de RIU Hotels & Resorts	60
3.4. Discusión de los resultados	66
4.1. CONCLUSIONES	72
4.2. RECOMENDACIONES	73
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.1: Enfoques de la RSC	14
Figura 1.2: Principios	19
Figura 1.3: Iconos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible	21
Figura 2.1: Línea de tiempo - Evolución Histórica del Sector Hotelero	27
Figura 2.2: Evolución de la población activa y parada de 2018 a 2022 por cuatrimestres.	38
Figura 2.3: Meliá Hotels International	41
Figura 2.4: Marcas de NH Hotel Group	42
Figura 2.5: RIU Hotels & Resorts.....	42
Figura 3.1: índice de respuesta <i>stakeholders</i> prioritarios Meliá Hotels	44
Figura 3.2: Modelo de negocio Meliá Hotels International y los ODS	45
Figura 3.3: Puntuación Meliá Hotels International – S&P.....	50
Figura 3.4: Modelo NH Room 4 Sustainable Business	54
Figura 3.5: ODS relacionados	55
Figura 3.6: Puntuación NH Hotels Group – S&P	60
Figura 3.7: RIU modelo RSC	61
Figura 3.8: Contribución RIU a los ODS.....	64

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.1: Estándares GRI.....	25
Tabla 3.1: Relación y comparativa con información de EINF.....	70
Tabla 3.2: Características sociales	70
Tabla 3.3: Características ambientales	71

INDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 2.1: Evolución del turismo internacional en España	29
Gráfico 2.2: Variación de la llegada de viajeros extranjeros a España (2019-2023).....	33
Gráfico 2.3: Variación de pernoctaciones en Hoteles España por meses (2019- 2021)	33
Gráfico 2.4: Llegada de turistas internacionales a España por país de residencia 2023	35
Gráfico 2.5: Llegada de turistas internacionales por Comunidad autónomas 2023	35
Gráfico 2.6: Comparación PIB turístico vs PIB en términos reales de la economía 2023 .	36
Gráfico 2.7: Producto Interno Bruto y sus componentes. Año 2023	37
Gráfico 3.1: Puntuación ESG - LSEG Data & Analytics	49
Gráfico 3.2: Puntuación ESG- LSEG Data & Analytics	58
Gráfico 3.3: Comparativa ESG entre Meliá & NH 2023- <i>LSEG Data & Analytics</i>	67
Gráfico 3.4: Comparativa ESG Meliá Hotels & NH Hotels 2023- <i>S&P Global</i>.....	68

INTRODUCCIÓN

Este apartado tiene como propósito dar a conocer el campo en el cual se desarrolla el presente trabajo, así como los objetivos del mismo, la metodología utilizada y su estructura.

a) Campo de trabajo y relevancia

Al hacer mención del concepto Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se abre un abanico de teorías en constante evolución. Conjuntamente apuntan al establecimiento de metas, que involucra a todos los públicos o grupos interesados con el propósito de mitigar la problemática económica, medioambiental y social que cada vez más va en ascenso a nivel global. Asimismo, las empresas juegan un papel muy importante a la hora de implantar nuevas políticas y llevar a cabo acciones voluntarias en la producción y prestación de servicios, con el objetivo de educar y generar valor en la sociedad. Por lo tanto, la motivación principal, para la elección de la RSC como tema de estudio, se debe al interés de conocer más a fondo, analizar y evaluar las prácticas empresariales que están implementando algunas cadenas hoteleras del sector español. Que, a su vez, pertenecen al sector turístico, el cual se identifica por ser una de las actividades económicas más importante del país, y que han sabido salir a flote tras la crisis de la pandemia por la COVID-19, la cual provocó un impacto significativo en el sector turístico, demostrando la necesidad de adoptar y fortalecer prácticas más sostenibles y resiliente.

De igual manera, también es conveniente analizar cómo ha sido la evolución, el porcentaje del PIB y sus componentes, la generación de empleo, pernoctaciones, y llegada de turistas a España, lo que se hace relevante en esta actividad.

Del mismo modo, es acertado hacer mención a cerca de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que en función de la Agenda 2030 alimentan la base para la creación de las estrategias de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), apuntando a mitigar y transformar una realidad como resultado de aquellas acciones negativas de algunas empresas, que, sin medir consecuencia, han provocado e incentivado a efectuar daños medioambientales, explotación laboral, corrupción, vulneración de los derechos humanos, etc.

Sin embargo, se ha ido evidenciando una evolución en cuanto al grado de preocupación por la

importancia de la sostenibilidad, y sobre la contribución de políticas responsables que ayuden a la disminución del detrimento provocado en el entorno, tanto para el consumidor como para las empresas que a través de las diversas acciones voluntarias conciben un efecto positivo. Por ende, la RSC admite llegar a ser una gestión responsable, estableciendo un equilibrio y la confianza entre la sociedad y las organizaciones.

b) Objetivos del estudio

Analizar el concepto de forma empírica y la implantación de acciones voluntarias sobre la RSC, a partir del estudio del sector hotelero español. Aspirando conseguir respuesta sobre ¿cómo se figura el escenario actual y cuál sería el grado de implementación de la RSC, en conjunto con la promoción de los ODS?

Seguidamente se plantean otros tres objetivos secundarios. En primera instancia, se estudia la evolución de la RSC y del sector hotelero en España. Para luego, conocer y evaluar las estrategias, junto con los programas llevados a cabo según los informes de sostenibilidad de cada multinacional. De este modo, comparar y analizar si existe uniformidad en el grado de implantación de la RSC que impulsen a la contribución de los ODS.

c) Metodología

En primer lugar, se le ha dado prioridad al apartado teórico, llevando a cabo una recopilación y revisión de las diferentes fuentes bibliográficas, pudiendo así comprender en mayor medida todo aquello que conforma el concepto de RSC, en la que se ha obtenido información de fuentes primarias como secundarias: libros, artículos científicos, revistas especialistas e informes.

En segundo lugar, se ha realizado un análisis del sector hotelero español. La razón motivante se debe a que dicho sector es uno de los elementos más importantes dentro del sector terciario, y por tanto el que mueve la economía española. Así pues, mediante la revisión de la evolución del sector y el escenario actual, también se tiene en cuenta los datos más relevantes como son: el número de visitantes que recibe el país, la variación de pernoctaciones, la llegada de turistas según el país de residencia y las comunidades autónomas, también el porcentaje que representa el PIB y la generación de empleo.

Consecutivamente, se ha realizado un estudio de casos, como herramienta metodológica de investigación científica, específicamente de tres cadenas hoteleras españolas (Meliá Hotel International, NH Hotel Group, RIU Hotels & Resorts) con el objeto de conocer cuáles son los programas, actividades y estrategias de acción voluntaria, integración y comunicación con los grupos de interés, importancia por parte de la dirección, inclusión de los tres pilares para lograr un desarrollo sostenible: social, económica, y medioambiental, con el debido cumplimiento de los principios y criterios del Pacto Mundial y de la Agenda 2030.

Con esto se analiza el consenso y uniformidad en el grado de aplicación del concepto de Responsabilidad Social Corporativa en el sector hotelero, como una estrategia de aporte al impulso de los ODS, y dar respuesta al objetivo del presente trabajo: ¿pueden ser catalogadas estas empresas socialmente responsables?

d) Estructura del trabajo

Este trabajo se encuentra dividido en tres capítulos principales. El capítulo 1 está dividido en dos partes, en la primera se le atribuye a la revisión y repaso a cerca de las distintas teorías de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), expuestas por varios autores según la evolución, también se llega a atender dos modelos, con sus respectivos enfoques, como también las normativas, convenios y sistemas de gestión. En la segunda parte, obedece a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en el que se puede atender cada uno de estos, la Agenda 2030 y además los estándares de elaboración de memorias de sostenibilidad, a partir de Global Reporting Initiative. En el capítulo 2, obedece estudiar la evolución del sector hotelero español y adicionalmente llevar a cabo un análisis cuantitativo del mismo, el cual permitirá atender la influencia que tiene este sector en el crecimiento de la economía de España. Para luego en el capítulo 3, nos encontraremos con el estudio de casos de las tres cadenas hoteleras seleccionadas partiendo del ranking de Hostelsur en el año 2019. Asimismo, la discusión de los resultados. Terminando con las conclusiones y recomendaciones, que permitan dar claridad sobre la validez de ser catalogadas como empresas socialmente responsables, y así mismo con las referencias bibliográficas.

CAPITULO 1 MARCO TEÓRICO RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

En este apartado se pretende dar a conocer las ideas fundamentales en cuanto a la evolución y la conceptualización de la RSC.

1.1. Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Acercas del origen de la Responsabilidad Social Corporativa, se pueden contemplar cuantiosos ejemplares autores que asientan este concepto en el siglo XVIII, durante el cual Adam Smith considerado como el padre de la economía y también uno de los precursores de la declaración universal de los derechos humanos, como de la RSC, ya que pone en sus obras un manifiesto revolucionario sobre la libertad, la equidad, la justicia y la paz. Que, en alocución sobre la teoría del mercado de competencia, el libre juego de la oferta y demanda, con relación a la búsqueda individual de rentabilidad monetaria permita promover el bienestar colectivo.

Otros encuentran las raíces de la RSC en los años veinte: se empieza a hablar del principio de caridad (Davis et al., 1988) - la filantropía ya no como acción individual (del empresario o de los propietarios de la empresa) sino como acción corporativa de la empresa como un todo (Montañés Cañas, 2017).

Del mismo modo, es válido atribuirle el inicio de este concepto al economista norteamericano Howard Bowen (1953), este llegó a utilizar el término en uno de sus trabajos, *social Responsibility of a Businessman*. En el que hacía referencia a la toma de las decisiones como aspecto importante, alineados con los objetivos organizacionales y los valores de la sociedad. Haciendo referencia a la responsabilidad social que asumen las empresas de ofrecer bienes de valor, pero también, a restituir lo que en su momento esta contribuyó.

Por otro lado, Carrol (1999), la profesora de la Universidad de Georgia, en su *trabajo Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*. ¿Qué tienen en común todas ellas? Lamentablemente, según reconoce Bjorn Stigson, presidente del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), lo común es que “no existe una definición única de lo que significa la RSC, pues generalmente esta depende de la cultura, religión o tradición de cada sociedad. No existe una talla única, por lo que se debe diseñar una para cada caso y necesidad”

(Fernández Fernández & Andreu Pinillos, 2011).

Así pues, en el curso de los años 60 y los 70, se comienza a prestar atención por las consecuencias que podrían resultar a raíz de aquellas acciones negativas del sector empresarial, en el medio ambiente, esto debido a una revolución silenciosa acerca de los valores comprendidos en la RSC, convirtiéndose en un tema de discusión.

Siguiendo la misma línea, otro aspecto a destacar es un acontecimiento que se hace muy interesante. Milton Friedman, Premio Nobel de Economía, argumentó en su obra de 1962, *Capitalism and Freedom*, que sólo había una responsabilidad social que tuvieran las empresas, y esa era usar los recursos disponibles para el crecimiento de los beneficios dentro de las reglas del juego en un mercado abierto y competitivo, sin fraudes ni engaños, expresando por palabras propias “la mayor responsabilidad de una entidad, reside en la satisfacción de los accionistas”. Friedman, le da un giro a la idea de que el único objetivo de las empresas se centra en la maximización del beneficio económico, sino que era necesario conocer las necesidades y perspectivas de todos los grupos de interés o *stakeholders*, para ofrecer una garantía de sostenibilidad, y crecimiento de la organización.

Por lo que, implementar un sistema de Responsabilidad Social Empresarial es primordial definir los grupos de interés y los actores involucrados en la compañía, es decir todos sus *stakeholders*, establecer metas y objetivos que beneficien a la empresa y a los perfiles identificados y relacionados, medir y monitorear los resultados periódicamente y comunicar en la empresa y al entorno las acciones que se llevan a cabo. Esto también permite tener un sistema de mejora continua y considerar factores de la organización tanto de nivel interno y externo, entendiendo que una empresa es importante para el entorno en el que desarrolla sus procesos productivos (García, 2017).

Entre tanto, en la década de los años 70, Sethi catalogado como investigador ilustre en las áreas estratégicas de negocios internacionales, dio a conocer tres niveles: cumplimiento de las leyes, aceptar las normas y los valores sociales, y, por último, mostrar sensibilidad ante los problemas del entorno.

En la década de los años 80, se originó una etapa en el cual este concepto de la RSC, se fue fortaleciendo siendo destacado entre comunidades, generando un impacto sobre aquellos

mencionados *stakeholders*. Pudiendo destacar a él autor Jones (1980) “La responsabilidad social corporativa es la noción de que las operaciones tienen una obligación con los grupos constituyentes de la sociedad además de los accionistas y más allá de lo prescrito por la ley y el contrato sindical.”. En esta línea, Drucker (1984) expresó que las organizaciones deben: “convertir los problemas y necesidades sociales en oportunidades de negocio y beneficio económico para la organización: capacidad productiva, competencia laboral, trabajos bien pagados y bienestar” (Martínez García, 2022).

En adelante, para la década de los 90 en la medida que iba creciendo el interés social por los investigadores, el concepto se fue engrandeciendo vinculado a nuevos conocimientos. Acentuar en el caso del autor Wood (1991), es preciso al manifestar: “La idea básica de la responsabilidad social corporativa es que las empresas y la sociedad están entrelazadas en lugar de ser entidades distintas”.

Para el año 2000, se comienza a razonar a cerca de la Responsabilidad Social Corporativa, como se conoce en la actualidad, es decir, como una representación universal sembrada por todos los componentes de una sociedad: empresas, gobiernos, agencias multilaterales, organizaciones no gubernamentales y consumidores.

A este punto, permite llegar a entender por RSC, como todo el conjunto de compromisos, estrategias, acciones y herramientas que llevan a cabo las empresas con el fin de beneficiar al sector, a la industria, a la comunidad y/o a la sociedad en general (Rauffet, 2012). Por otro lado, este concepto de impacto relevante en la RSC no se limita al negativo (evitar un daño), sino que tiene una dimensión sobre todo positiva, Esto condiciona el diálogo con los grupos de interés, que consistirá primero, en como colaborar en la creación de valor, económico o no, (conocimientos, capacidades, valores, virtudes, etc.); en cómo repartir el valor económico que por naturaleza, es excluyente(aquello de lo que se apropia un *stakeholders* no se lo puede llevar a otro); y en contribuir a la creación de valores no económicos que, en cuanto compartidos, pueden ser participados por todos, sin exclusión. Estos valores son la clave de esa actitud positiva del diálogo de *stakeholders* (Argandoña, 2012).

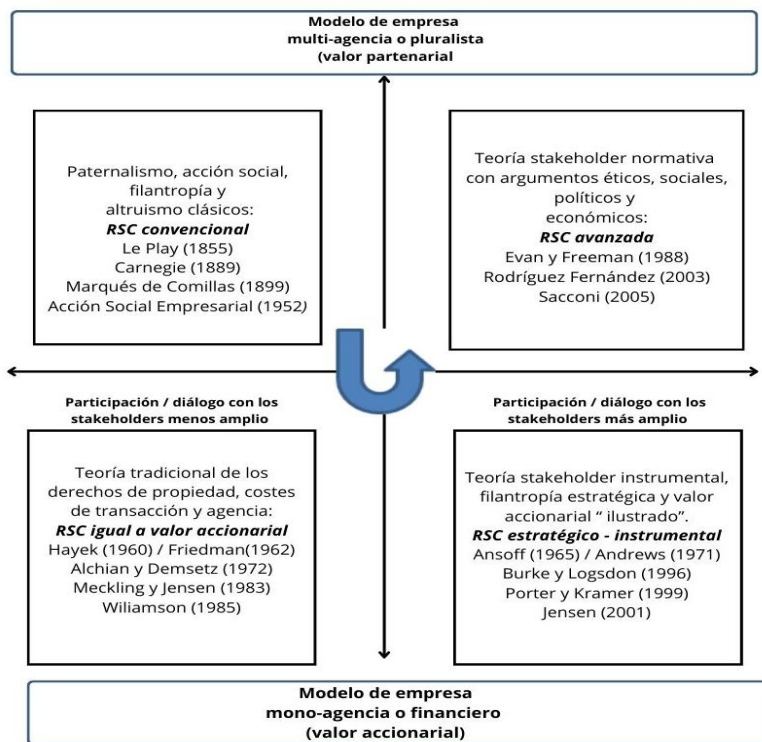
1.2. Modelos y enfoques de la RSC

En tal medida hemos comprobado, que la Responsabilidad Social Corporativa es un concepto muy

debatido a lo largo del tiempo. Sometidos en una masa de definiciones de diferentes escenarios que, de algún modo, llegan a crear cierta confusión a la hora de abordar el tema. Entonces, se hace preciso dar a conocer un esquema con los cuatro enfoques principales del concepto y así mismo resaltar los modelos fundamentales, para tratar de precisar un mayor acercamiento a su concepción.

Figura 1.1: Enfoques de la RSC

Coordenadas de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)



Fuente: (Rodríguez Fernández, 2007)

Al referirnos a los dos modelos fundamentales, encontramos en primer lugar, el modelo financiero que se atiene a la visión estándar de la firma como nexo contractual, dentro del cual los accionistas (principales) son los que ejercen primacía, tienen derecho a controlar en exclusiva el consejo de administración y supervisan las acciones de los directivos (agentes) para lograr que la compañía no se desvíe del objetivo general de crear valor para ellos (Rodríguez Fernández, 2008).

Lo indicado por este autor, supone la exigencia de una rentabilidad en su máximo nivel por parte de los accionistas, es decir, la búsqueda constante de un beneficio descomunal para lograr una utilidad superior. El cual, solo estaría centrado en una relación de intereses monetarios para la

creación de valor.

Por otro parte, tenemos el modelo *stakeholders* la firma se entiende como una organización que, mediante la producción de bienes y servicios, desea satisfacer las necesidades de los diferentes grupos que la integran y de los cuales depende para su supervivencia (Rodríguez Fernández, 2008).

Ahora bien, en lo que respecta la relación entre los grupos de interés de las empresas, se halla la búsqueda de creación de valor conjunta, basado en la riqueza patenarial, encaminada hacia las responsabilidades de las acciones realizadas por la compañía. En este modelo se le da importancia a la transparencia, la confianza y el buen comportamiento, que impulse a nutrir el vínculo de todas las partes interesadas.

Dicho lo anterior, corresponde conocer cada uno de los enfoques a cerca de la Responsabilidad Social Corporativa que se despliegan a partir de los modelos expuestos en el cuadro 1.1 de las coordenadas.

RSC Convencional: este enfoque ubicado en el cuadrante superior izquierdo está alineado al modelo pluralista o *stakeholders*, por lo que se impulsa la realización de acciones filantrópicas y sociales, con la tendencia a ejercer una sola autoridad y sin permitir el suficiente grado de actuación del resto de los integrantes a lo hora de tomar decisiones.

RSC igual a valor accionarial: nos encontramos con este enfoque ubicado en el cuadrante inferior izquierdo vinculado al modelo financiero o accionarial. Nos permite recordar aquellas teorías persistentes en el tiempo relacionadas con la generación de valor económico. Se asemeja con la obtención de beneficios para sus accionistas o propietarios legales y la participación de los *stakeholders* es aún más reducida.

RSC estratégico-instrumental: ahora con respecto al cuadrante inferior derecho, lo que podemos decir es que se orienta también a un modelo financiero, en el que existe una mejora en la intervención de los *stakeholders*, sin perder la esencia acerca de maximizar la rentabilidad, como la búsqueda del beneficio de los accionistas a largo plazo. Pero, de igual manera crear valor en las comunidades mediante colaboración o ayudas dispensadas a una actividad.

RSC avanzada: en últimas nos queda el cuadrante superior derecho, se hace atractivo, debido a que, está respaldado por el modelo pluralista o *stakeholders*. Por lo que la participación de los *stakeholders* es más amplia a la hora de tomar decisiones relevantes y la empresa se basa en

concebir riqueza total, fundamentalmente con honradez y transparencia manteniendo a largo plazo un lazo armónico salvaguardando cada uno de los intereses.

1.3. Normativas, convenios y sistemas de gestión para el fomento de la RSC

En ese mismo contexto, ha ido evolucionando y creciendo cada vez más el interés por la RSC por lo que se adhieren diferentes instituciones de índole nacional e internacional como la objetividad de implantar iniciativas, convenios, normas, entre otros, en tal sentido permitan impulsar las adecuadas acciones de la misma. De este modo, exponer varios aspectos sociales, éticos y morales, económicos, ambientales, para motivar la creación y adopción de estrategias empresariales que pueden ser llevadas a cabo en el campo empresarial de los distintos sectores.

A continuación, se despliegan las consideradas más importantes en el ámbito de la RSC.

Organización de las Naciones Unidas - ONU (1948): En primera instancia, la Declaración de los Derechos Humanos por la Organización de las Naciones Unidas. Documento mediante el cual son normas que reconocen y resguardan la dignidad de todos los seres humanos. Es por ello, que la responsabilidad de las empresas es respetar los derechos humanos internacionalmente reconocidos, incluyendo aspectos como el derecho a un trabajo digno, retribución, la no discriminación, condiciones laborales, entre otros, etc.

Programa de las Naciones Unidas - PNUD (1965): Con este programa se busca la reducción de la pobreza y alcanzar el desarrollo sostenible de los mismos, es decir, reparar la calidad de vida de las comunidades, dando garantía de las condiciones para un crecimiento igualitario y justo.

Pacto Mundial (2000): Aquí se presenta como propuesta, el fomento de la responsabilidad cívica de las empresas con el aprovechamiento colectivo, de esta manera trabajar de forma unánime y contribuir a la solución de los retos que esboza la globalización. Además, con el acogimiento de sus principios que gozan de consenso universal, el Pacto Mundial viene siendo una iniciativa voluntaria con el objetivo de incentivar a la participación de empresas y otras organizaciones, basada en la responsabilidad pública, en la transparencia, la protección de intereses propios de las empresas y la sociedad civil.

Organización Internacional del Trabajo (OIT) 1977: Este organismo se encarga de aquellos asuntos involucrados con el trabajo, junto con el fomento de la justicia social, normas, oportunidades laborales, etc. Que, con la declaración tripartita de la OIT sobre las empresas

multinacionales y la política social como herramienta de apoyo para la sociedad, es recomendar y fomentar el progreso económico, social, disminuyendo cualquier tipo de efecto negativo.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Sostenible Económico – OCDE (1961):

Esta organización internacional tiene como misión diseñar y promover políticas que contribuyan al logro de la igualdad, bienestar y conformidades entre todas las personas.

Para entonces, las líneas directrices de empresas multinacionales que desde (1976), están dirigidas por los gobiernos a las multinacionales que operan en países adherentes o que tienen su sede en ellos. Fundamentada en principios desde (1999) no vinculantes para la conducta empresarial responsable, conforme con la normativa registrada internacionalmente.

Comisión Europea (2001): Esta institución de la Unión Europea (UE), es la que se faculta de velar por el interés comunitario y el acatamiento de los tratados constitutivos, además de la elaboración de nuevas propuestas de leyes. De este modo, se incluye el Libro Verde (2001), en el cual queda figurado un marco europeo en fomento a la responsabilidad social de las empresas. En este se expone, el desarrollo de prácticas innovadoras, la transparencia, fiabilidad y validación. Sobre todo, la coherencia entre las políticas y estándares internacionales, motivar a las empresas en la adopción del desarrollo sostenible y el mejoramiento en las practicas voluntarias de responsabilidad social en la gestión de gobierno.

Adicionalmente, se encuentra el Libro Blanco (2006): el cual incluye la afiliación de los principios de la Responsabilidad Social por parte de las empresas. Entre otros detalles claves, como las 57 recomendaciones dirigidas a los grupos de interés (empresas, el sistema público, consumidores, inversionistas), etc.

British Standars Intitution (BSI): esta institución se encarga de otorgar certificación, formación y controlar el cumplimiento correcto de las normas de estandarización de los procesos. Es así como se reconoce a OHSAS 18001 (1999), la certificación que especifica los requisitos para un sistema de gestión, como una herramienta para aquellas organizaciones con voluntad de mejora continua en el ámbito de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST).

Responsabilidad Social Internacional (SAI, Social Accountability International – 1997): esta organización reconocida a nivel mundial, impulsa llevar a cabo las mejores condiciones de trabajo socialmente responsable, garantizando los derechos básicos de cada individuo.

La Norma SA8000, se sitúa como principal certificación para fábricas y organizaciones del mundo, con el objeto de medir el desempeño social basándose en ocho elementos de aspecto social. Manifestando también las disposiciones laborales expuestas en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (OIT), asegurando las condiciones laborales de los trabajadores.

Institute of Social and Ethical Accountability (Accountability – 1996): este organismo se encuentra comprometido con el fortalecimiento de la RSC, sumando la ética en el contexto empresarial y sin fines de lucro, para el fomento y promoción de las buenas prácticas entre las empresas.

La Norma AA1000, Aseguramiento de la Sostenibilidad- AS, (1999) diseñada exclusivamente para medir el desempeño en el contexto ético de sus estrategias y su actuar. Que, de la misma manera, busca mantener un lazo de unión inquebrantable con los *stakeholders*.

Forética (1999): referente organización en sostenibilidad y RSC en España. Tiene como misión, lograr la unificación de aspectos sociales, ambientales, buen gobierno, como parte de las estrategias de gestión empresarial.

Así pues, el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, SGE - 21 (2000) lanzada como norma europea y primer sistema de gestión ética y socialmente responsable.

Organización Internacional de Normalización (ISO): Esta organización es la que se encarga de constituir normas técnicas mundiales, en la búsqueda de homogeneidad relacionada con la planificación, gestión, prestación de servicios y desarrollo industrial.

La ISO 14001 (1996): esta norma indica la posibilidad de sistematizar aspectos ambientales generados en cada una de las actividades llevadas a cabo en las organizaciones, en la consecución de proteger el medio ambiente, y previniendo la contaminación. Con la implantación de esta norma, se obtiene posicionamiento socialmente responsable antes los clientes y consumidores.

La ISO 26000 (2010): apunta a la Responsabilidad Social de las organizaciones, convirtiéndose en un referente mundial, en lo que respecta llevar a cabo prácticas sostenibles y éticas, de esta forma ser una guía para la integración de los mismos.

En continuidad, la ISO 26000 nos ha permitido reconocer aquellos principios de Responsabilidad Social que están encaminados al buen comportamiento y no solo en las normas técnicas, directrices o reglas de conducta, ya que, con esta norma es recomendable que una organización tenga en

cuenta la diversidad social, ambiental, legal, cultural, política y económica.

Figura 1.2: Principios



Fuente: elaboración propia a partir de (Guía para la RSC de las organizaciones, 2011)

a. Rendición de cuentas:

Las organizaciones deberían rendir cuentas, en otras palabras, aceptar un escrutinio o inspección adecuada por las autoridades competentes en relación con las leyes, por todas aquellas repercusiones provocadas en la sociedad, en la economía y en el medio ambiente. Lo que al final conllevaría a la aceptación de responsabilidades al reconocimiento de los errores cometidos, para que luego se tomen medidas correctivas y acciones de prevención y mejora.

b. Transparencia:

Este principio consiste en que las decisiones y actividades de las organizaciones deberían ser de forma clara, objetiva, precisas y completas en un grado razonable. Que toda información tiene que estar basada en hechos reales y también accesibles.

c. Comportamiento ético:

Este principio está basado en valores de la honestidad, equidad e integridad. Al mismo tiempo, es deber preocuparse por las personas, por los animales, el medio ambiente y además del compromiso por crear impacto positivo en las actividades, decisiones e intereses de las partes implicadas, junto con el fomento del cumplimiento de sus normas

de comportamiento ético.

d. Respeto a los intereses de las partes interesadas:

e. Aquí nos quiere decir, que una organización debería ser respetuosa, considerando los intereses de sus partes involucradas. Aunque, en algunas ocasiones tienden a limitarse a los intereses propios de sus dueños y no debería ser así. Más que todo es, reconocer y mostrar respeto, aceptar las partes interesadas, evaluar y tener presente la habilidad colectiva, sus puntos de vista, y mantener una relación sostenible que sea de aporte a la hora de tomar decisiones.

f. Respeto al principio de legalidad:

Este principio implica la supremacía del derecho, atendiendo el pensamiento en que ningún individuo u organización puede actuar por encima de la ley. Así pues, establece el cumplimiento de los requisitos legales de todas las jurisdicciones en las que se opera. Por otro lado, asegurar que se cumpla el marco legal previsto y aplicable, con su debida revisión, manteniéndose informados de todas las obligaciones.

g. Respeto a la normativa internacional de comportamiento:

Nos refiere en insistir en el respeto por las normativas internacionales y acatar a la vez el principio de legalidad. Debido a que, hay países en los que la ley o su ejecución entran en conflicto con la normativa internacional de comportamiento, acarreado la revisión de la naturaleza de sus relaciones y actividades en esa jurisdicción, evitando ser cómplices de las actividades incoherentes de otras organizaciones.

h. Respeto a los derechos humanos:

Como la misma palabra alude su significado, es fundamental que prime el respeto de los derechos humanos en todas las organizaciones, reconociendo su importancia como universalidad. Promoviendo los derechos establecidos en la Carta Universal, que todos sean aplicables de forma indivisible en todos los países, culturas y contextos.

1.4. ¿Que son los Objetivos de Desarrollo Sostenible?

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son un conjunto de 17 objetivos establecidos por la

Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el año 2015, con la finalidad de promover un desarrollo sostenible en todo el mundo hasta el año 2030. Esta agenda consta de 17 objetivos y 169 metas, 231 indicadores.

Los objetivos están interrelacionados entre sí, esto con el fin de luchar por los retos que enfrentamos día a día en la sociedad. Lo que es fundamental contar con esta herramienta de planificación para cada uno de los países, ya que, gracias a su visión a largo plazo, llegan a constituir un soporte para cada país en su trayecto hacia un desarrollo sostenido, inclusivo y en conformidad con el medio ambiente, mediante políticas públicas e instrumentos de presupuestos, seguimiento, control y evaluación.

Figura 1.3: Iconos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: Naciones Unidas (2021)

- Fin de la pobreza: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
- Hambre cero: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura.
- Salud y Bienestar: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
- Educación de calidad: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
- Igualdad de género: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las

niñas.

- Agua limpia y saneamiento: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.
- Energía asequible y no contaminante: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderada para todos.
- Trabajo decente y crecimiento económico: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
- Industria, innovación e infraestructura: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
- Reducción de las desigualdades: Reducir la desigualdad en y entre los países.
- Ciudades y comunidades sostenibles: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
- Producción y consumo responsable: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
- Acción por el clima: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
- Vida submarina: Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
- Vida de ecosistemas terrestres: Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica.
- Paz, justicia e instituciones sólidas: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.
- Alianzas para lograr los objetivos: Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

1.5. Agenda 2030

Esta Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, construye una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental de los 193 Estados miembros de las Naciones Unidas. Fue aprobada en septiembre del año 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas.

La Agenda 2030 es el resultado del proceso de consultas más amplio y participativo de la historia de las Naciones Unidas y representa el consenso emergente multilateral entre gobiernos y actores diversos, como la sociedad civil, el sector privado y la academia. Asimismo, las bases normativas de esta agenda multilateral parten desde la carta de las Naciones Unidas de 1945 hasta las más de 40 referencias de conferencias y convenciones de la ONU aprobadas a la fecha. (Naciones Unidas, s.f.)

Representa entonces un consenso multilateral entre gobiernos y actores diversos, capaz de tornar compatibles las políticas nacionales a favor del empleo con derechos y el desarrollo con la expansión del comercio internacional y la prevención de conflictos. Representa los compromisos que reconocen a las personas, la paz, la prosperidad compartida, al planeta y las alianzas como los principales rectores, compartidos y universales, en los que se debe basar una nueva batería de estrategias y políticas globales, regionales y nacionales, cuyo objetivo prioritario es caminar conjuntamente hacia una sociedad más igualitaria (Naciones Unidas, s.f.).

1.6. Estándares para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad

Se supone que, con cada una de las acciones llevadas a cabo por todas las empresas y organizaciones contribuyen al desarrollo sostenible de manera positiva. Pero, no siempre es así. En algunos casos algunas empresas contribuyen negativamente sin medida alguna.

Con esta iniciativa se refiere entonces a los indicadores, como aquellos estándares internacionales desarrollados por la Global Sustainability Standards Board (GSSB) que tienen por objeto, estandarizar la preparación de informes sostenibles empresariales a nivel mundial, permitiendo atender y medir aspectos principales como lo económico, ambiental y social, promoviendo el debido cumplimiento de acciones voluntarias, normativas, que conlleven a mejorar la reputación de las empresas.

Es por eso que los estándares GRI se fundan con la intencionalidad de que sean públicos los impactos más significativos en la economía, el medio ambiente y las personas. Incluyendo aquellos aspectos que involucran los derechos humanos y como es la gestión de los mismos.

Los estándares toman como base las expectativas de conducta empresarial responsable

establecidas en instrumentos intergubernamentales oficiales, como las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para Empresas Multinacionales y los principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (STANDARDS, 2021)

La iniciativa originada por la Naciones Unidas representa las buenas prácticas a nivel global, informando los impactos económicos, ambientales y sociales, con la finalidad de detallar los lineamientos a seguir por parte de las organizaciones para la elaboración de los informes de sostenibilidad.

Figura 1.4: Esquema sobre los estándares de GRI



Fuente: GRI (2021)

Acorde con lo anterior, los estándares generales conciernen con aquellos que las empresas deben seleccionar en base a sus asuntos materiales. Por lo que se muestran en simplificados en la siguiente tabla:

Tabla 1.1: Estándares GRI

ECONÓMICOS GRI (200)	AMBIENTAL GRI (300)	SOCIAL GRI(400)
GRI 201: Desempeño económico	GRI 301: Materiales	GRI 401: Empleo
GRI 202: Presencia en el mercado	GRI 302: Energía	GRI 402: Relaciones trabajador - empresa
GRI 203: Impactos económicos indirectos	GRI 303: Agua y Efluentes	GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo
GRI 204: Prácticas de adquisición	GRI 304: Biodiversidad	GRI 404: Formación y enseñanza
GRI 205: Anticorrupción	GRI 305: Emisiones	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades
GRI 206: Competencia desleal	GRI 306: Residuos	GRI 406: No discriminación
GRI 207: Fiscalidad	GRI 307: Cumplimiento ambiental	GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva
	GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores	GRI 408: Trabajo infantil
		GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio
		GRI 410: Prácticas en materia de seguridad
		GRI 411: Derecho de los pueblos indígenas
		GRI 412: Evaluación de derechos humanos
		GRI 413: Comunidades locales
		GRI 414: Evaluación social de proveedores
		GRI 415: Políticas públicas
		GRI 416: Salud y seguridad de los clientes
		GRI 417: Marketing y etiqueta
		GRI 418: Privacidad del cliente
		GRI 419: Cumplimiento socioeconómico

Fuente: elaboración propia con datos tomados de (GRI, 2021)

Siguiendo esta misma línea, cabe hacer mención de los también existentes estándares de sostenibilidad, SASB (Sustainability Accounting Standards Board), los cuales han ido evolucionando, de manera que brindan a las empresas información sobre aspectos críticos de sostenibilidad. Estos, fueron elaborados específicamente para que sean aplicados de manera general, centrados en escenarios ambientales, sociales, y de gobernanza o los también conocidos como factores ESG (Environmental, Social & Governance).

Ahora bien, tanto los GRI como los SASB, son dos marcos sobresalientes para la promoción de la

sostenibilidad, hay que aclarar que tienen un enfoque distinto, pero, ambos son complementarios y se les puede dar uso conjunto, en lo que involucra una visión global del rendimiento de sostenibilidad de una compañía.

También es importante destacar, por la evolución exponencial que se ha visto a cerca de las regulaciones en este escenario sostenible o de los llamados factores ESG, mediante el cual la Unión Europea, adopta un reglamento para mejorar la transparencia, junto con la integridad de las calificaciones en prevención de conflictos de interés, en donde se pueda ver el perfil de sostenibilidad de una empresa o un instrumento financiero, que logre evaluar los riesgos en esta materia. Es por eso, que la Directiva de Informes de Sostenibilidad Corporativa y la Taxonomía de la UE, han dado respaldo a esta propuesta de cambio, ya que, el reglamento tiene como fundamento, el fortalecimiento de la credibilidad y comparabilidad de las calificaciones ESG, por medio de este enfoque regulatorio. Es por eso, que se han presentado propuestas regulatorias como los son el Pacto Verde Europeo, la guía sobre el estándar de los Bonos Verdes de la UE, el Plan de Acción de Finanzas Sostenibles, entre otros reglamentos que facilitan inversiones sostenibles.

En este sentido, también tenemos la Directiva SFRD, (Sustainable Finance Disclosure Regulation), la cual va dirigida a inversores y quienes participan en el mercado financiero, para unir perfiles de sostenibilidad de fondos y de este modo, orientar el capital a empresas encaminadas a ser sostenibles realmente. Asimismo, como hechos relevantes recientes por la UE, hay que hacer ver la aprobación de la Directiva CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), y también las normas europeas de información corporativa en materia de sostenibilidad ESRS (European Sustainability Reporting Standards), que cubren de forma eficiente el marco general de información sobre la sostenibilidad para cualquier compañía o entidad en términos ESG.

En el aspecto social de forma específica, es de anotar el Plan de Acción a cerca de los derechos sociales, como también el trabajo digno en el comercio internacional y un punto muy importante que tiene que ver con la brecha salarial de género.

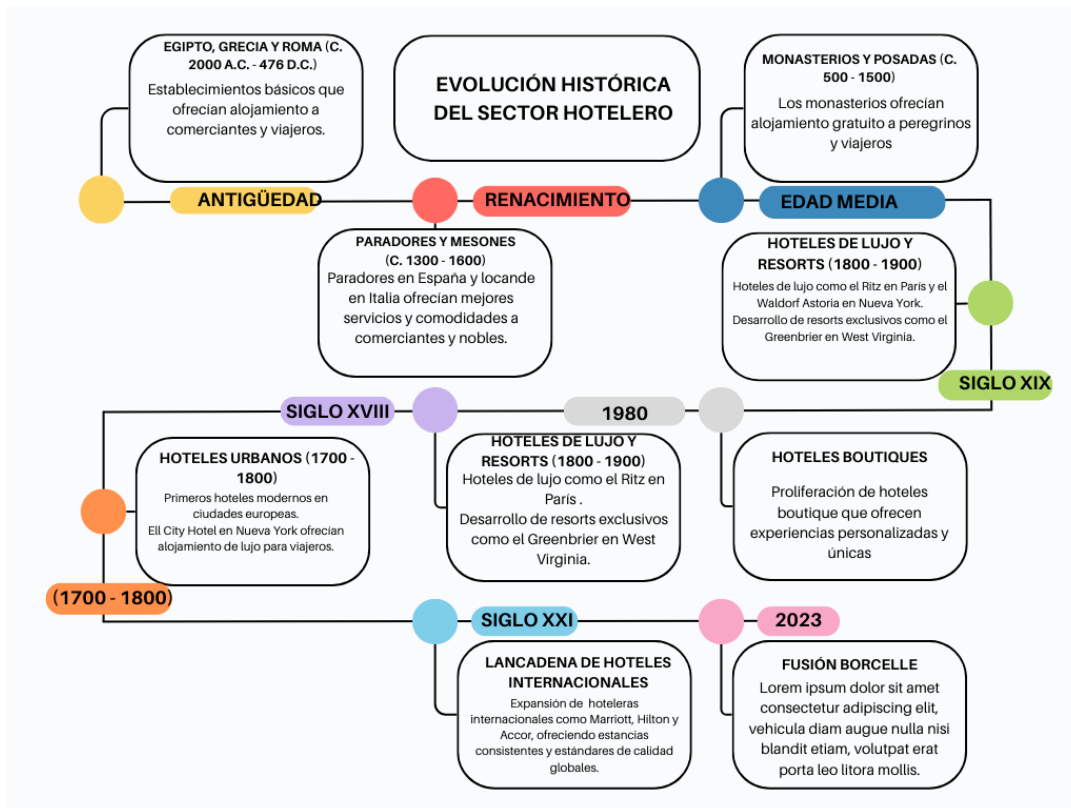
CAPITULO 2. ANÁLISIS DEL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL

En este capítulo veremos la evolución a través del tiempo del sector hotelero español. Se analizará la relevancia económica del sector, destacando las perspectivas globales. Y, además se abordará la creciente trascendencia de la Responsabilidad Social Corporativa en el mismo.

2.1. Evolución del sector

Para comprender el sector hotelero es esencial comprender su funcionamiento y definirlo claramente. El sector hotelero abarca establecimientos que, de manera profesional y regular, ofrecen alojamiento a las personas. Estos establecimientos pueden incluir en sus tarifas una variedad de servicios complementarios que proporcionan comodidades adicionales.

Figura 2.1: Línea de tiempo - Evolución Histórica del Sector Hotelero



Fuente: elaboración propia, a partir de Córdoba (2023)

Históricamente, se trataba de una industria que proporciona albergue y hospedaje básico para viajeros. Con el pasar del tiempo, ha ido creciendo una demanda de comodidad, seguridad y servicios adicionales que ha impulsado el crecimiento y la transformación, prestando atención a las necesidades y cambios del sector. Siendo una industria dedicada a proporcionar alojamiento de manera temporal, general a través de instalaciones de hospedaje como: resorts y hoteles, entre otros, tiene una gran importancia dentro del turismo y representa una relevancia en la economía mundial y nacional, especialmente aquellos países con altos índices de visitas turísticas.

El sector hotelero, ha presentado una transición significativa en su evolución propiciada especialmente por la globalización, la tecnología y la comunicación. Por ejemplo: la evolución de los medios de transporte, que facilita la movilidad desde cualquier parte del mundo y el auge de las aerolíneas a bajo costo. Por otro lado, el intercambio cultural ha aumentado el interés de las personas a conocer nuevos destinos y sumergirse en diferentes culturas y además la integración económica ha atraído inversiones extranjeras en infraestructura turística, lo cual ha contribuido al mejoramiento de la calidad de los servicios y aumentando la capacidad para recibir turistas.

Por otra parte, es importante tener en cuenta la dependencia del sector hotelero con el turismo, debido a que la principal fuente de ingresos para el sector hotelero proviene del alojamiento de turistas. Esta interacción se vio afectada durante la pandemia de la COVID-19. Las restricciones de viaje globales y locales redujeron drásticamente el número de turistas. Según la OMT, el turismo internacional cayó un 74% en 2020 en comparación con el año 2019, a causa de los cierres y suspensiones: muchos hoteles tuvieron que cerrar temporalmente o incluso permanentemente debido a la falta de turistas. La ocupación hotelera cayó a mínimos históricos en muchos lugares.

Sin embargo, durante el año 2023 el turismo internacional ha mostrado una recuperación de un 88%, en comparación con los niveles previos a la pandemia, impulsado por una demanda acumulada. Tras esta recuperación, se estima que el turismo internacional se puede recuperar completamente en 2024.

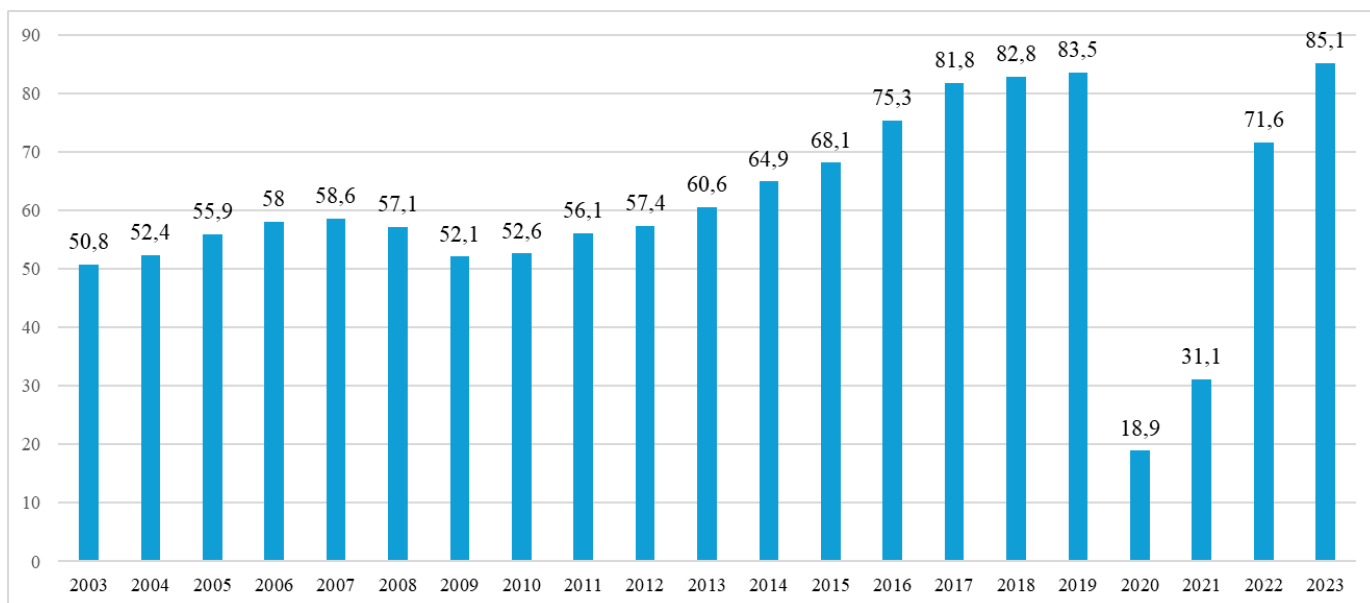
En cuanto a los destinos turísticos, Europa es quien lleva el liderado en cuanto destino preferido por los turistas. No obstante, regiones como Asia y el Pacífico también están teniendo registros crecientes, más atrás se encuentra América y Oriente Medio y África.

En este contexto, España se ha destacado como uno de los destinos turísticos más importantes del mundo, consolidando su sector hotelero como un motor clave de su economía.

2.2. Evolución del Sector Hotelero en España

El sector turístico y hotelero en España ha experimentado una evolución significativa desde mediados del siglo XX, se ha posicionado como uno de los pilares fundamentales de la economía nacional. Este crecimiento ha sido impulsado por diversas políticas gubernamentales, el desarrollo de infraestructura y la creación de instituciones clave.

Gráfico 2.1: Evolución del turismo internacional en España



Fuente: Creación propia. Datos obtenidos de datasmacro.com (2024)

La evolución del turismo internacional en España entre 2003 y 2023 muestra una tendencia generalizada de crecimiento, con algunas fluctuaciones significativas debido a eventos económicos y sanitarios. Se observa que entre el año 2003 y 2019, España presentó una evolución positiva que se evidenció a través de un crecimiento constante en el número de turistas internacionales y alcanzando su punto máximo en el año 2019 con un registro de visitas de 83,509,153

aproximadamente. Este período de crecimiento puede ser atribuido a varios factores.

Sin embargo, entre el período 2008 y 2009 se observa una disminución en el número de turistas, de 58,665,504 en 2007 a 52,177,640 en 2009. Esto se debió al impacto de la crisis financiera internacional que se originó en 2008, en los Estados Unidos. La crisis fue desencadenada por un modelo de negocios altamente apalancado y riesgoso, que requería recaudar diariamente miles de millones de dólares para financiar sus operaciones. No obstante, la incapacidad de las instituciones financieras para mantenerse solventes provocó una serie de quiebras que tuvieron un efecto dominó, afectando la economía mundial. El sector hotelero se vio perjudicado debido a la recesión económica, que redujo significativamente la capacidad de viaje de muchos turistas (Wiggins et al, 2014).

Por el contrario, entre el 2010 y 2013, El turismo inicio un proceso de recuperación prolongado, que le dio aun registro de visitas que alcanzo cerca de 60,675,489 en 2013. España implementó campañas para promocionar el turismo y revitalizar el sector hotelero, en un esfuerzo por recuperarse de los efectos de la crisis financiera global y aprovechar su posición como uno de los destinos turísticos más importantes del mundo (TURESPAÑA, 2016).

Estas campañas incluyeron programas diferentes aspectos, desde marketing internacional, al reforzar la imagen de marca España con campañas promocionales diseñadas para destacar la diversidad cultural, gastronómica y natural del país. Estas campañas se dirigieron a mercados clave como el Reino Unido, Alemania, Francia, y Estados Unidos e iniciativas de turismo sostenible con el objetivo de proteger el medio ambiente y preservar el patrimonio cultural, haciendo un llamado para que los hoteles a adoptaran prácticas ecológicas, como la eficiencia energética y la gestión adecuada de residuos, según el Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2012).

Además, se realizaron inversiones significativas en la infraestructura de transporte, incluyendo la ampliación de aeropuertos y la mejora de la red ferroviaria de alta velocidad (AVE), facilitando el acceso a diferentes regiones del país. Por ejemplo, la aprobación en el año 2010 de 17.000 millones de euros como parte del Plan Extraordinario de Inversión, para una mejora en los tiempos de viaje a Asturias. Desde 2012, con la llegada de la alta velocidad a León, el trayecto entre Oviedo y Madrid con el objetivo de se reducirá el tiempo del trayecto a dos horas y 55 minutos (Gómez, 2010).

Entre el periodo comprendido entre el año 2014 hasta el año 2019, El turismo internacional en España registró una tendencia alcista con crecimiento sostenido el número de turistas pasó de 64,938,945 en 2014 a 83,509,153 en 2019, es decir aumento del 28.6% en cinco años. Las estrategias de marketing internacional permitieron atraer turistas no solo por sus playas, sino también por su oferta cultural, gastronómica y de negocios, consolidando la marca España como un destino integral.

Lastimosamente, este periodo de crecimiento se interrumpió con la pandemia de la COVID-19, que generó un efecto devastador en el turismo global, y España no fue la excepción. En 2020 el número de turistas internacionales cayó drásticamente a 18,933,103, una disminución del 77.3% respecto a 2019. Aunque en 2021 hubo una recuperación parcial, los números solo alcanzaron 31,180,802, mostrando los continuos efectos de las restricciones de viaje y las preocupaciones sanitarias.

En 2022 con la flexibilización de las restricciones y el aumento de la confianza en los viajes, el turismo se recuperó a 71,659,281 visitantes, acercándose a los niveles prepandemia. Finalmente, el año 2023, ha sido el año de recuperación y resiliencia, el turismo internacional alcanzó los 85,169,050 visitantes, superando incluso los niveles de 2019. Esta recuperación refleja la resiliencia del sector turístico español y el éxito de las estrategias de promoción y adaptación a la nueva normalidad pospandemia (ONU Turismo, 2023).

2.3. Situación actual del sector

En este apartado, se analizarán los principales cambios y tendencias actuales en el sector turístico y la industria hotelera. Se revisarán los datos más relevantes del sector, incluyendo las estadísticas sobre el turismo internacional y la variación en el número de visitantes entre las diferentes comunidades autónomas del país.

Es importante tener en cuenta que el sector turístico tradicional ha evolucionado considerablemente como consecuencia por aspectos que determinados los hábitos de consumos y las preferencias de los consumidores. Esta transformación ha sido influenciada especialmente por la tecnología y a la digitalización que han permitido optimizar la organización de viajes y planificación de reservas que han permitido accesibilidad los vestidos de difícil acceso en el

mundo. Asimismo, las fluctuaciones económicas, que afectan la capacidad adquisitiva de los viajeros.

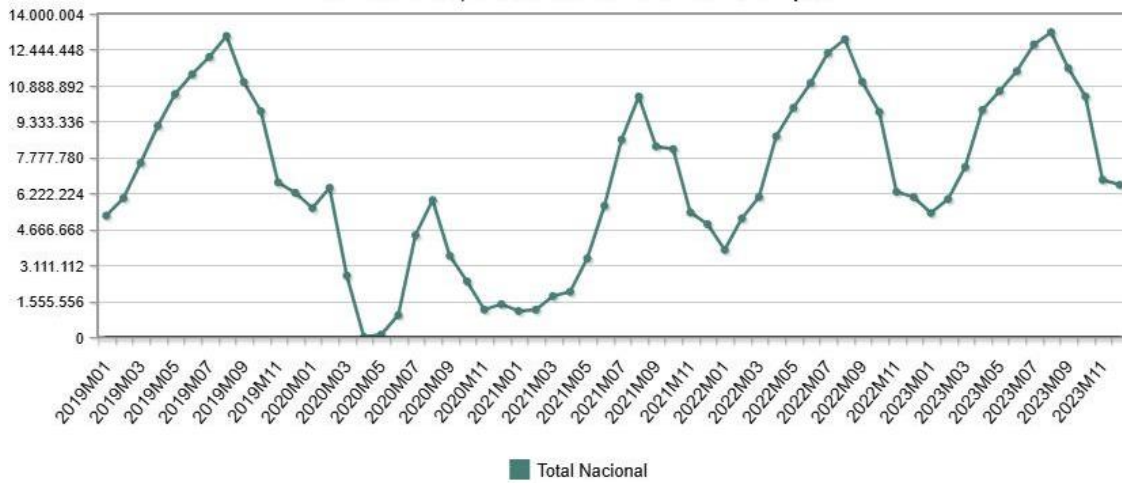
La percepción de seguridad y estabilidad, junto con cambios demográficos como el envejecimiento de la población y las preferencias de las nuevas generaciones, han influido en las dinámicas turísticas. Igualmente, el crecimiento de la conciencia sobre la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa ha incrementado la demanda de prácticas turísticas responsables, mientras que eventos globales como la pandemia de la COVID-19 han tenido un impacto significativo en los patrones de viaje.

Estos nuevos consumidores tienen una mayor cercanía con las tendencias del sector y se inclinan por experiencias y vivencias fuera de lo común, más allá de una estancia tranquila y un servicio de calidad. Por esta razón, el sector hotelero se ha tenido que adaptar a las nuevas tendencias mediante la total personalización de los servicios que anteriormente ofrecían.

El sector hotelero se enfrenta a un nuevo desafío: la desestacionalización. Según Campos (2021), este fenómeno está afectando significativamente al sector en la actualidad. Antes, la mayor demanda se concentraba en la temporada de verano.

Sin embargo, ahora los turistas prefieren tomar vacaciones más cortas y distribuidas durante todo el año, especialmente en fines de semana largos. Esto se debe a una combinación de factores como el aumento del estrés laboral, la búsqueda de equilibrio entre la vida laboral y personal, y la flexibilidad en los viajes. Esta tendencia ha llevado a una dispersión de la demanda, resultando en una menor ocupación y menores ingresos durante los meses que anteriormente eran considerados de alta demanda.

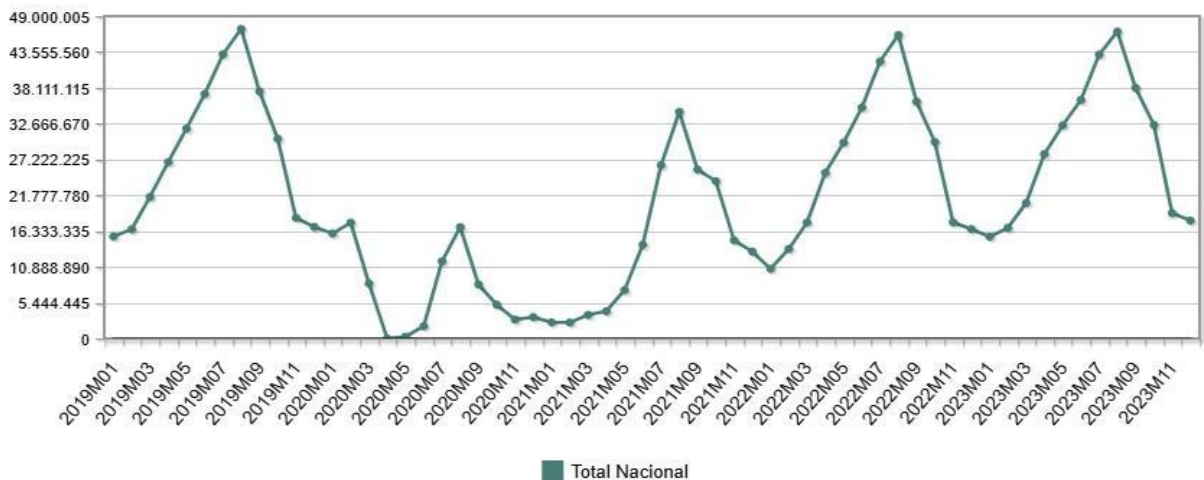
Gráfico 2.2: Variación de la llegada de viajeros extranjeros a España (2019-2023).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de INE (2024)

El gráfico No. 2.2 refleja la estacionalidad que caracteriza a la industria turística y hotelera se puede observar de manera clara a variación de las pernoctaciones en el sector hotelero en España a lo largo de los meses desde 2019 hasta 2023.

Gráfico 2.3: Variación de pernoctaciones en Hoteles España por meses (2019- 2023).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de INE (2024)

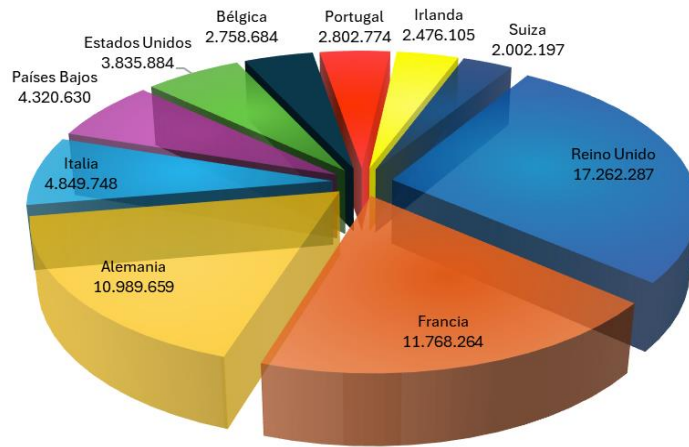
Entre 2019 y 2023, el comportamiento de la desestacionalización del turismo internacional y el sector hotelero en España ha experimentado cambios significativos debido a varios factores, incluyendo la pandemia de la COVID-19, la recuperación económica, y cambios en las preferencias de viaje de los turistas el cual está en constante evolución.

Se observa la evolución positiva del turismo y el sector hotelero en 2019. Sin embargo, en 2020, el turismo y el hotelero mundial sufrieron una disminución notable en la ocupación debido a las restricciones de viaje y medidas de confinamiento por la COVID-19. En 2020, los ingresos del sector hotelero se redujeron drásticamente, afectando la economía y el empleo en el sector.

En 2021, comenzó a mostrar signos de recuperación, aunque de manera desigual. La flexibilidad de las restricciones y el avance de la vacunación permitieron un incremento gradual en los viajes, tanto nacionales como internacionales. Sin embargo, la tendencia muestra una demanda más distribuida en resto de los años. Una tendencia que ha resultado también de la adaptación del teletrabajo y flexibilidad laboral pospandemia, esto permite a las personas viajar en cualquier momento del año, no solo durante las vacaciones escolares o los períodos tradicionales de vacaciones y la diversificación turística que ofrece alternativas para atraer viajeros durante todo el año, promoviendo eventos, actividades y experiencias que no dependen de la temporada (San miguel, 2021).

En cuanto a las llegadas de turistas internacionales, se observa que los turistas provenientes del Reino registraron el mayor número de visitas a España, con un total de 17.262.287 de ingleses en 2023 y aumento del 14,6%. seguido se encuentra Francia con un total de 819.405 viajeros y una variación del 17,0% y muy próxima a ella se sitúan los 561.521 de Alemania que visitaron el territorio español por motivos diferentes entre ellos vacaciones o negocios. Enseguida, se presenta un gráfico con el porcentaje de turistas que visitaron España por país de residencia:

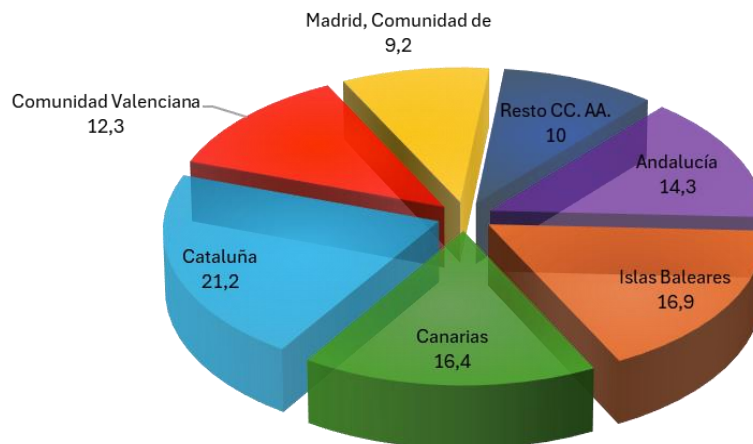
Gráfico 2.4: Llegada de turistas internacionales a España por país de residencia 2023



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de INE (2024)

Durante el año 2023, la comunidad autónoma que más recibió viajeros fue Cataluña, llegaron un total de 18,0 millones de turistas y tuvo un aumento de visitas de un 21,2% superior que el año anterior. Por otra parte, Canarias la cual se destacó en el tercer lugar como destino turístico para los viajeros, registró un total de 13,9 millones de visitantes y creció un 13,1%.

Gráfico 2.5: Llegada de turistas internacionales por Comunidad autónomas 2023



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de INE (2024)

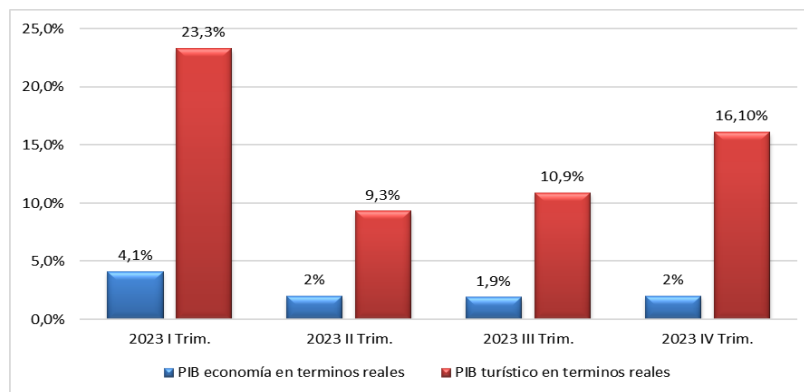
2.4. Impacto del Sector Hotelero en la Economía Española

En este apartado se analizará la repercusión de la industria turística en la economía del país, enfocándonos en variables económicas como la contribución al Producto Interior Bruto (PIB) y el empleo, que es un aspecto fundamental. La importancia del sector turístico se refleja en su significativo aporte al PIB. Como se ha mencionado anteriormente, el sector turístico y el sector hotelero están intrínsecamente relacionados. Por lo tanto, examinaremos las tendencias observadas en el sector turístico, que a menudo son paralelas a las del sector hotelero.

A continuación, el gráfico muestra la evolución del Producto Interno Bruto (PIB) de la economía nacional y del PIB turístico en términos reales. Según los datos proporcionados por Exceltur, el turismo se consolidó como el principal motor de crecimiento económico en 2023. El sector turístico generó más de 186.596 millones de euros en actividad económica, conocido como PIB turístico, lo que representa un incremento de 30.000 millones de euros en comparación con 2019, un aumento del 18,6% (Exceltur, 2024).

Este crecimiento significativo se atribuye a varios factores clave. En primer lugar, la recuperación pospandemia y la flexibilización de las restricciones de viaje han permitido un aumento en el número de turistas internacionales y nacionales. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2023), España recibió un 20% más de turistas en 2023 en comparación con 2022, lo que ha impulsado la demanda de servicios turísticos y hoteleros (INE, 2024).

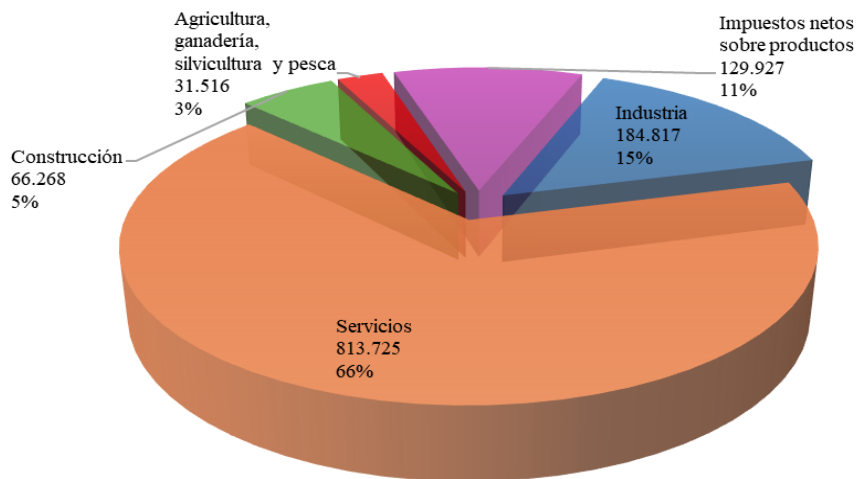
Gráfico 2.6: Comparación PIB turístico vs PIB en términos reales de la economía 2023



Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de INE (2024)

Teniendo en cuenta que el sector de industria turística hace parte del sector servicios, es relevante analizar la implicación que tiene en el margen del PIB español, comparándolo con los demás sectores económicos con mayor participación en la economía española: se toman en consideración la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, la construcción, la industria, los servicios y los impuestos netos sobre los productos.

Gráfico 2.7: Producto Interno Bruto y sus componentes. Año 2023



Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de INE (2024)

El gráfico No. 2.7, muestra que, en 2023, el Valor Añadido Bruto del sector servicios en España representó una parte significativa del Producto Interior Bruto (PIB). De acuerdo a (INE 2024), el sector servicios se destacó como el mayor contribuyente al PIB nacional, hecho que refleja la tercerización de la economía en España. En términos específicos, el VAB del sector servicios representó más del 60% del PIB total, reafirmando su papel preponderante en la economía del país.

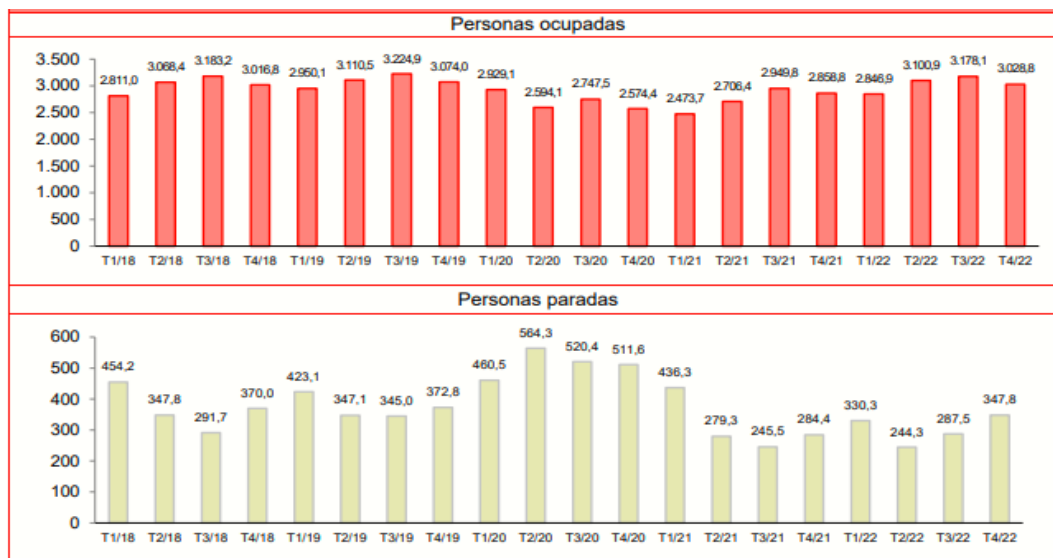
El fuerte desempeño del sector servicios se puede atribuir a su diversificación y a su capacidad para generar empleo, incluso durante periodos de incertidumbre económica. Este sector incluye actividades como comercio, transporte, comunicaciones, hostelería, educación, sanidad, y servicios financieros, todos ellos esenciales para el funcionamiento y el crecimiento de la economía

española. Además, el sector turístico y hotelero en España tuvo una contribución significativa al Producto Interior Bruto (PIB) del país. Según datos de Exceltur y el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), el turismo representó aproximadamente el 12,8% del PIB español, lo que equivale a unos 186.596 millones de euros. Esto demuestra la importante participación y cifra récord para el sector durante el 2023, marcando un máximo histórico en su participación económica (Galindo, Calvo, 2024).

El crecimiento del sector turístico no solo se reflejó en el PIB, sino también en la creación de empleo. En 2023, el empleo en el sector turístico representó el 17% del total de empleos generados en España, con un aumento significativo en la calidad del empleo, incluyendo un aumento del 4,4% en los salarios y una reducción de la tasa de temporalidad al 8% (EFE, 2023).

Para 2024, se espera que la contribución del turismo al PIB supere los 200.000 millones de euros, lo que representaría un 13,4% del PIB, destacando la continua importancia y crecimiento del sector en la economía española.

Figura 2.2: Evolución de la población activa y parada de 2018 a 2022 por cuatrimestres.



Fuente: Observatorio de Ocupaciones. SEPE (2023)

En cuanto a la evolución se analiza el periodo comprendido entre 2018 y 2022 a través de datos por trimestres, con el objetivo de conocer el desarrollo de la población en ocupación y los que se

han encontrado en paro. Se observa que esta evolución de ocupados y en paro en España ha tenido repercusión de varios factores como un periodo de recuperación económica tras la crisis financiera, el impacto negativo de la pandemia de la COVID-19, y las posteriores políticas de recuperación.

La tasa de paro en el sector turístico se mantuvo relativamente estable, con una ligera disminución. En el primer trimestre de 2018, había 454.200 personas paradas, cifra que se redujo a 347.800 en el mismo trimestre de 2019. Mientras en 2020 el impacto devastador que produjo la COVID-19, repercutió en una reducción de la población activa a aproximadamente 2.473.700 en el segundo trimestre de 2020. El 2021, se convirtió en el periodo de recuperación a medida que se implementaban medidas de recuperación y se relajaban las restricciones en la población activa comenzó a recuperarse y a tasa de paro comenzó a disminuir, alcanzando 245.500 parados en el tercer trimestre de 2021 y en 2022, la población activa al avanza el máximo en el tercer trimestre, que comparado con los años anteriores indica una recuperación importante de las cotas alcanzadas en prepandemia. El paro, para este mismo año tuvo su nivel más bajo en el segundo trimestre, acorde a las contrataciones realizadas para la alta temporada del verano.

2.5. Características del Sector Hotelero

El sector hotelero en España se caracteriza por su notable diversificación y segmentación. La oferta hotelera abarca desde lujosos resorts en las costas mediterráneas y atlánticas, hasta pequeños hoteles boutique en ciudades históricas como Sevilla y Granada. Esta diversidad permite atender a distintos tipos de turistas, desde aquellos que buscan vacaciones de lujo hasta los que prefieren experiencias más auténticas y locales (INE, 2023).

España cuenta con una amplia distribución geográfica de sus instalaciones hoteleras, con una fuerte concentración en regiones como Cataluña, Andalucía, Canarias y Baleares, que son destinos turísticos populares tanto a nivel nacional como internacional. Esta distribución no solo responde a la demanda turística, sino también a las estrategias regionales de promoción del turismo (Exceltur, 2023).

La adopción de nuevas tecnologías es otra característica destacada del sector hotelero español. Desde sistemas avanzados de reservas y check-in en línea, hasta el uso de inteligencia artificial para personalizar la experiencia del cliente, los hoteles en España están a la vanguardia en términos

de innovación y digitalización. Estas tecnologías no solo mejoran la eficiencia operativa, sino que también elevan la satisfacción del cliente.

2.6. Relevancia e influencia de la RSC en Sector Hotelero

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha ganado una importancia creciente en el sector hotelero en España. Este enfoque integral no solo contribuye a la sostenibilidad ambiental y social, sino que también mejora la competitividad y la reputación de los hoteles.

De acuerdo con Alles & Ramón (2011) Las compañías hoteleras son esenciales para el turismo y requieren una amplia variedad de recursos para la ejecución de sus operaciones. Además, ejercen un papel crucial en la implementación de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), las cuales han ganado relevancia tanto para las empresas como para los consumidores y grupos de interés. Por ende, La RSC, se ha convertido en un elemento estratégico y clave en la gestión empresarial, ya que la gestión responsable de los recursos no solo mejora la sostenibilidad, sino que promueve ventajas competitivas para las empresas.

Además, la creciente presión social y la necesidad de un desarrollo económico sostenible están impulsando una transición del modelo de crecimiento tradicional, enfocado únicamente en aspectos financieros, hacia un nuevo paradigma que considera las demandas de todas las partes interesadas en la empresa. Este cambio en la conciencia social ha introducido el concepto de "desarrollo sostenible", que aboga por un crecimiento económico que respete el medio ambiente y los derechos humanos (Romero, 2015).

Para esto, es necesaria la participación, de todos los agentes sociales y el compromiso de los diferentes sectores económicos, teniendo en cuenta la relación intrínseca entre el sector turístico y la industria hotelera con dichos aspectos, se puede afirmar que la responsabilidad elemento clave para la mejora de la imagen y le ayuda a obtener ventajas sobre otras empresas del sector, siendo un instrumento de creación de valor para la actividad turística y hotelera ya que los consumidores son cada vez más conscientes de las prácticas sostenibles y sociales de las empresas, y muchos prefieren alojarse en hoteles que demuestren un compromiso con la RSC.

2.7. Principales Cadenas Hoteleras Españolas

En esta sección se realiza una introducción de las cadenas españolas que tienen una presencia esencial dentro del sector hotelero, más adelante en el siguiente capítulo se pretende conocerlas un poco mejor y conocer el proceso de evolución que han tenido para llegar a la posición dentro de la industria que ejercen en la actualidad.

España se caracteriza por tener con un entorno turístico significativamente dinámico, el sector hotelero desempeña un papel vital al ser el punto clave para millones de viajeros que eligen el país como destino cada año. Al ser destino que ofrece diversas opciones que van desde la elegancia de las cadenas más prestigiosas hasta importantes personalidades que han dejado importantes aportes históricos, resaltan la riqueza y polivalencia del mercado hotelero español.

Dicho sector está dominado por importantes cadenas que lideran tanto a nivel nacional como internacional. De esta manera, conforme al ranking HOSTELTUR realizado en 2019 las principales compañías hoteleras representativas en el sector hotelero español son las siguientes:

Figura 2.3: Meliá Hotels International



Fuente: Meliá Hotels International.com (2023)

Figura 2.4: Marcas de NH Hotel Group



Fuente: NH Hotels (2023)

Figura 2.5: RIU Hotels & Resorts



Fuente: tomado de la web RIU (2024)

CAPITULO 3. ANÁLISIS CUALITATIVO DE ESTUDIO DE CASOS

En el presente capítulo se presentará de forma general un análisis cualitativo de las tres cadenas hoteleras seleccionadas, en relación con la práctica voluntaria de la RSC y su contribución en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, destacando los GRI de los estándares temáticos: económicos, ambientales y sociales.

3.1. Información de Meliá Hotels International

Meliá Hotels International es una de las cadenas hoteleras más importantes y reconocidas en España y en el ámbito internacional. Se fundó en el año 1956 por Gabriel Escarrer Juliá, en Palma de Mallorca. Este grupo hotelero se ha caracterizado por un crecimiento notable durante su evolución, que hoy en día la han posicionado como un líder global en dicho sector. Adicionalmente, gestiona una amplia cartera de más de 400 hoteles en 41 países, permitiéndole ofrecer una variedad de marcas que abarcan desde el lujo hasta el segmento económico, que le permiten adaptarse a las necesidades y a las preferencias de los consumidores y del mercado Meliá Hotels International, (2024).

En 1980, Meliá dio un salto en su crecimiento e inició aperturas en América Latina y el Caribe, y posteriormente en Europa y Asia; implementando estrategias que le han dado lugar a la diversificación sus marcas, en las que se encuentran Gran Meliá, ME by Meliá, Meliá Hotels & Resorts, Paradisus by Meliá, y Sol by Meliá, entre otras.

Por otra parte, la Responsabilidad Social Corporativa, es un pilar Fundamental para esta cadena hotelera, debido a que incorpora la sostenibilidad en toda su cadena de valor, centrándose en la viabilidad económica, el beneficio social y la responsabilidad ambiental. La Visión 2030 de la empresa aspira a ser un referente en excelencia y sostenibilidad. Desde 2008, Meliá ha avanzado hacia prácticas que cumplen con compromisos globales, estructurando políticas ESG sólidas. Sobresalen en la gestión del cambio climático y en la actualización constante de sus políticas de sostenibilidad, con un fuerte enfoque en ética, transparencia y responsabilidad (Compromiso RSC, 2024).

Meliá Hotels considera importante mantener una cercanía con los *stakeholders*, asegurando una

escucha activa de sus expectativas, necesidades y prioridades. La piedra angular del modelo de diálogo está apoyada en la política de relación con grupos de interés, la cual fue aprobada en 2018 y está basada en los principios y compromisos de Accountability AA1000SES (2011), como un instrumento o mecanismo de respuesta a cuestiones relevantes, oportunidades o riesgos que se presenten en el curso de la relación con los ya mencionados *stakeholders*.

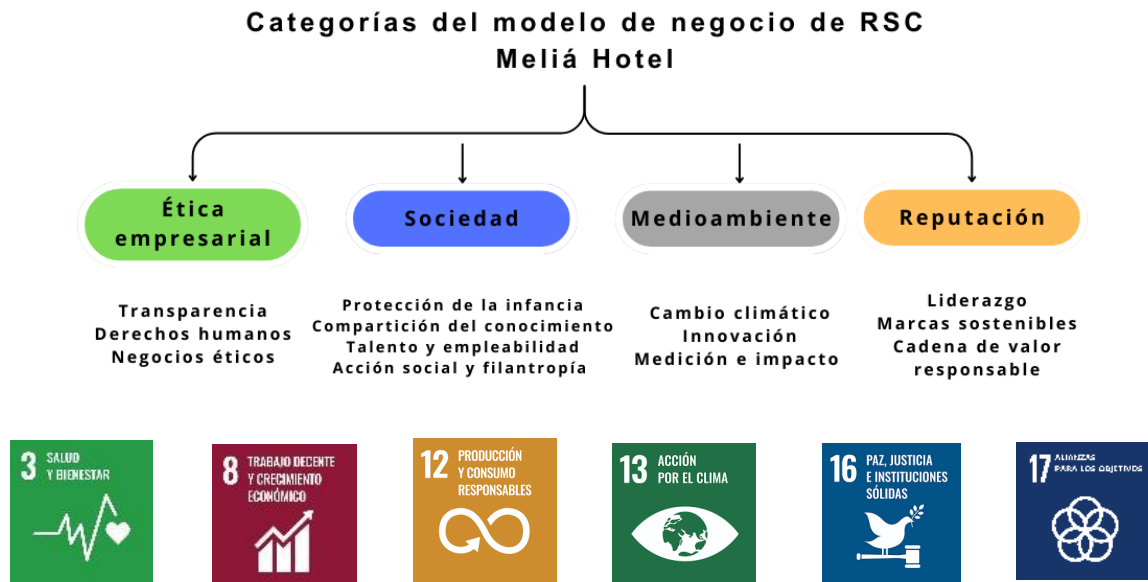
Figura 3.1: índice de respuesta *stakeholders* prioritarios Meliá Hotels



Fuente: Meliá Hotels informe de gestión (2021)

Sin duda la RSC juega un papel fundamental en su estrategia de negocio, potenciando un modelo de negocio cada vez más responsable y sostenible con la capacidad de hacer ver su crecimiento en cuanto al impacto positivo generado. El compromiso con la sostenibilidad es un componente clave para el desarrollo y buen curso de su actividad hotelera, más que nunca como una ventaja competitiva, con un gran valor diferencial que fortalece la relación con los grupos de interés. Que tras el contexto mundial de la crisis de la COVID-19, ha incentivado a la aceleración de modelos de gestión sostenible y transformación de las compañías del sector, invitando a la suma activa de la protección por el planeta.

Figura 3.2: Modelo de negocio Meliá Hotels International y los ODS



Fuente: elaboración propia a partir de informes de sostenibilidad (2019 -23)

Por lo que se refiere a ética y derechos humanos, se atiende que Meliá Hotels International establece un modelo de negocio ético y responsable, el cual está fundamentado en el respeto y velar por los derechos humanos, destacando que se encuentra entre las empresas asociadas con el Pacto Mundial de la Naciones Unidas y como una de las primeras en suscribirse. Cabe destacar, que desde el año 2003 es uno de los principales aliados de UNICEF dentro del sector turístico español, trabajando de manera conjunta, apoyando proyectos en la lucha por la protección de la infancia. Así como también, fue la primera empresa española en firmar el Código de Conducta ECPAT (organización de los derechos humanos) en contra la explotación sexual infantil en el año 2006, lo que se puede relacionar como una herramienta de RSC, en la pelea con la explotación sexual comercial en el sector turístico.

Ahora bien, tras la aprobación en 2012 del primer código ético de Meliá y revisado en el 2018, la compañía hizo públicos sus compromisos. Su puesta en marcha implicó la asunción pública de una serie de obligaciones que requieren involucrar no sólo a todos los empleados, sino también a la propia compañía en su conjunto, creando los mecanismos adecuados y necesarios para garantizar la comprensión, respeto y aplicación de este código. A su vez, publicó su primer código ético de

proveedores con la intencionalidad de mejorar la gestión responsable de la cadena de suministro, impulsando relaciones con los proveedores y valores comunes. Por lo que es fundamental mantener en constante diálogo con sus grupos de interés *stakeholders*, así estar al tanto de sus principales necesidades y poder integrarlos a su estrategia (Meliá Hotels International, 2024). De igual modo, cabe resaltar que en su página web se encuentran los respectivos informes de gestión, con una metodología llevada a cabo para la realización de los mismos, mediante los estándares GRI y además las empresas que se han encargado del estudio de verificación de años recientes, que en el 2018 ha sido PwC, mientras que, en 2019, en adelante la firma Deloitte.

Siendo así, su estrategia de RSC, está basada en tres grandes dimensiones: valor social, valor económico y valor medioambiental.

En la dimensión social, busca la forma de ofrecer experiencias únicas a todos sus visitantes, para ello es importante contar con los mejores profesionales o expertos, por lo que como objetivo social invierte en formación y digitalización de su capital humano, generando prosperidad, respetando y promoviendo las diferentes culturas, tradiciones y valores. Tales estrategias o iniciativas se basan en:

- Brindar capacitación y oportunidades de crecimiento laboral, para el desarrollo del talento, disminución de desigualdades y discriminación, apoyados en el código ético antes mencionado. Como herramienta, se cuenta con un proyecto centrado en la creación de un banco de talento conectado y compartido, involucrando 130 hoteles de España.
- Elaboración y promoción del plan de igualdad en diferentes aspectos, como también acuerdos contra la conducta de acoso sexual y laboral.
- Alianzas fundamentadas en crear y cuidar de un entorno inclusivo, pero del mismo modo que sea saludable, con instalaciones y espacios de descansos adecuados, mediante programas de seguridad, salud y bienestar con una política de seguridad y salud en el trabajo en base de la norma OHSAS 18001.
- Su participación en proyectos sociales a nivel mundial se va acrecentando cada vez más, y además acompaña al Consejo Mundial de Viajes y Turismo, esto para avalar el turismo sostenible, es miembro del Clúster de Transparencia, Buen Gobierno e Integridad de Forética y miembro de la Comisión de Responsabilidad Corporativa y Anticorrupción de la Cámara de Comercio

Internacional.

En la dimensión ambiental, favorece en la preservación del entorno medioambiental y paisajístico cuidando cada una de sus actividades, fomentando la concienciación de sostenibilidad en todos los grupos de interés. Impulsando la gestión responsable, a favor del respeto y cuidado por la biodiversidad y de los recursos naturales. Por lo que Meliá, se ha hecho más notoria, al ir ocupando un lugar apreciable en la lucha contra el cambio climático y el consumo eficiente de los recursos.

Para el año En 2005, Meliá puso en marcha el Proyecto SAVE, iniciativa pionera de ahorro y eficiencia energética para reducir el impacto medioambiental de su actividad. En el 2008 se definió formalmente el primer Plan director de Sostenibilidad, y es desde el año 2012, cuando se integra en los sucesivos planes estratégicos de la Compañía. Desde entonces, Meliá ha evolucionado hacia un modelo de negocio que integra la sostenibilidad como una palanca clave para impulsar la transformación en toda la cadena de valor, fijando objetivos a medio y largo plazo (Informe TCFD, 2021). Desde entonces, se ha evidenciado una constante evolución hacía un modelo de negocio que integra la sostenibilidad como punto clave en la promoción de toda la cadena de valor.

Al mismo tiempo, el trabajo consolidado por conseguir ser un referente a nivel mundial en excelencia, innovación y sostenibilidad en el sector turístico se ha podido ver reflejado en los premios y reconocimientos obtenidos, como su participación en el CDP Water Security, con el objetivo de mejorar en la gestión de la huella hídrica, sin duda un recurso clave para el sector turístico. En el año 2021, Meliá ha obtenido la calificación B, la mejor puntuación del ranking europeo en el sector. Por otro lado, desde 2018 Meliá se ha presentado voluntariamente al Corporate Sustainability Assessment de S&P Global, alcanzando el liderazgo en su sector en 2019 y actualmente posicionada en la categoría de “Silver Class” en el Anuario de Sostenibilidad 2021. En particular, la Compañía ha obtenido, en los últimos años, la mejor puntuación en el apartado de “Climate Strategy”, así como también mejorando en la posición del ranking Carbon Disclosure Project (CDP), y continúa participando desde el 2019 en el DP Water Security, con el objetivo de mejorar en la gestión de la huella hídrica, sin duda un recurso clave para el sector turístico (Informe TCFD, 2021).

Simultáneamente, el uso de la digitalización e innovación como gestión de los recursos y su

mantenimiento. De la misma forma, llevando a cabo proyectos medioambientales para la no contaminación del mar en la disputa contra el plástico de un solo uso, el papel y otros residuos, en pro de la recuperación de la fauna marina de la mano con la fundación Palma Aquarium en el 2019.

El año 2020 nos dejó hechos históricos, Meliá tuvo que cerrar prácticamente todos sus hoteles como lugares de ocio y poniéndolos a disposición de las autoridades sanitarias para acoger a los enfermos del Coronavirus. A raíz de este hecho la compañía ha seguido apostando por el desarrollo sostenible, suscribiéndose a la iniciativa denominada como Green Recovery Alliance, en español una alianza para la recuperación verde la cual pretende impulsar soluciones sostenibles para reconstruir la economía europea como respuesta a la pandemia de la COVID-19 (Vázquez Muñoz, 2022).

Seguidamente, a lo largo del 2021 y 2022 se muestra una paulatina recuperación del sector, debido al impacto generado por la pandemia, por lo que se fueron centrando en la recuperación del empleo, haciendo un análisis exhaustivo de cada una de sus unidades de negocio, con el propósito de ir incorporando poco a poco a los empleados.

Otro aspecto para destacar, son las alianzas público-privadas, para el impulso de la transición del sector hotelero hacia un modelo de economía circular, la gestión de residuos y su reintegración con el ciclo económico, en la minimización del impacto ambiental.

En cuanto a la dimensión económica, busca ser una compañía económicamente viable, socialmente beneficiosa y ambientalmente responsable, es por eso que la cadena destina gran parte de sus ingresos en los distintos proyectos Gestos sociales y medioambientales que tiene por el mundo. Van más allá de su compromiso de inversión, apostando en la transformación digital, también dado el contexto y los retos globales, se ha asumido la consolidación de su modelo bajo los criterios ESG, pensando en ser cada vez más atractivos y rentables para los propietarios y socios, con perspectivas de crecimiento y aperturas de nuevos mercados. En este mismo contexto, como dato interesante, en cuanto a evolución bursátil, durante el ejercicio del 2022 las acciones llegaron a sufrir un retroceso de un 23,7% mientras que el Ibex -35, ha perdido un 5,56% durante el mismo periodo. Además, la caída en el precio de la acción de Meliá Hotels International, se ha acentuado en el tramo final del ejercicio, momento en el que la bolsa en general y el sector de hostelería y turismo

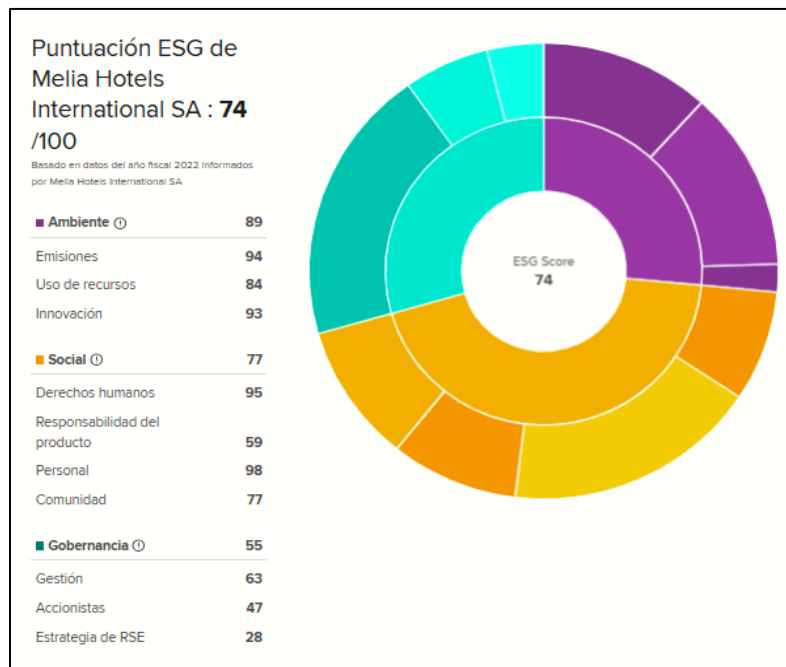
en concreto se ha visto penalizado por varios factores (Meliá Hotels International, 2022).

Así también, cuentan con su política de estrategia fiscal, que fue aprobada por el Consejo de Administración el 25 de febrero del 2016 y actualizada en el 2018, de acuerdo con lo establecido en el artículo 529 ter de la Ley de Sociedades de Capital y el artículo 5 del Reglamento del Consejo de Administración. Esta política se basa en los cuatro principios rectores: cumplimiento normativo y gestión fiscal responsable, relaciones cooperativas con las administraciones tributarias y sistema de control y gestión de riesgos, por último, la eficiencia fiscal, defensa eficaz de las posiciones fiscales y transparencia.

Controversias y críticas

Siguiendo la misma línea, vale la pena hacer énfasis en el análisis de puntuaciones ESG de Meliá Hotels International, es decir, este análisis se hace mediante ciertas categorías que son agrupadas en tres pilares: ambiental, social y gobernanza corporativa. Dicho así, se puede apreciar a través del gráfico 3.1, como se muestra a continuación:

Gráfico 3.1: Puntuación ESG - LSEG Data & Analytics



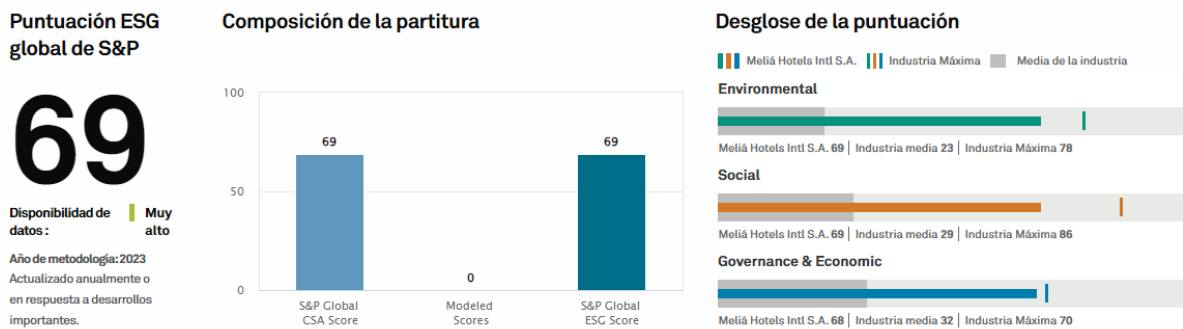
Fuente: LSEG Data & Analytics (2023a)

En este sentido, el gráfico permite apreciar los ítems de puntuación que consigue Meliá Hotels International, en materia de RSC, agregando que logra ser calificada con un 74 sobre 100, lo que permite interpretar, que se encuentra en un rango de excelencia en desempeño de ESG, junto con un alto grado de transparencia en la presentación de datos de forma pública, que han sido verificables. Adicionalmente destacando, su posición número 29 sobre 351 fuera de empresas de servicios de hoteles y entretenimientos.

Como hemos visto también, esta multinacional ha podido reflejar en sus informes de sostenibilidad el compromiso, a la hora de generar estrategias para la promoción de un turismo responsable y sostenible, al igual que en las puntuaciones ESG. Pero, al momento de dar vuelta de página hemos podido atender uno que otro acontecimiento que pone en duda algunos de los aspectos plasmados anteriormente.

Es por eso, que también nos hemos apoyado en una segunda fuente de datos de evaluación de Sostenibilidad Corporativa (CSA) de S&P Global, la cual ofrece una puntuación basada en el desempeño de la empresa, sus riesgos y oportunidades. Todo esto, basándose en la combinación de divulgaciones, análisis de los medios y de las partes interesadas.

Figura 3.3: Puntuación Meliá Hotels International – S&P



Fuente: Datos obtenidos a partir de (S&P Global , 2023)

De esta manera, observamos que Meliá Hotels International, ha alcanzado una puntuación también incluida en un rango alto, haciendo ver que cumple con un 92% en cuanto a la tasa de divulgación

pública requerida, con un 94% en divulgación adicional por la Corporate Sustainability Assessment y la puntuación modelada en valor 0, arrojando una posición ESG global de S&P en 69 sobre 100.

Sabemos que esta cadena hotelera se encuentra en constante crecimiento, así como se ve reflejado en las distintas evaluaciones de sostenibilidad, pero también en acontecimientos que dan mucho de qué hablar.

Por lo que se hace pertinente hacer énfasis en la reciente inauguración a mediados de noviembre de 2023 con el modernísimo resort Meliá Trinidad Península en Cuba, administrado por la cadena española. Y aunque este país continúa en crisis severa de escasez de alimentos, que también ha impactado en el sector turístico, Meliá sigue apostando en inversión, enfocado en el segmento MICE, un término alusivo al turismo de reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones.

Dicho esto, la compañía se ha visto involucrada en una controversia, que principalmente ha sido señalada por especialistas medioambientales cubanos, como los responsables de un vertimiento de aguas residuales en manglares de Trinidad, estos originados de las instalaciones del Hotel Meliá Trinidad Península. Resaltando que los manglares son ecosistemas desempeñan un papel de vital importancia para la conservación de diversas especies vegetales y animales. Lo que ha llevado a provocar fetidez, debido a las aguas contaminadas por el sistema obstruido, siendo responsabilidad del Hotel Meliá. Pues esto deja mucho que pensar, desde el primer mes de su inauguración resultó generando esta problemática ambiental en la isla y hasta hace dos meses según fuentes continuaba la queja, con exigencia de una penalización por esta acción negativa de la especie humana sobre la naturaleza, y que ante la misma no había un pronunciamiento oficial por parte de Meliá.

En continuidad con esta serie de noticias poco alentadoras, lo que ha llamado mucho la atención, son las denuncias realizadas por activistas cubanos, convocando marchas en las distintas ciudades del mundo, específicamente en sedes de la cadena hotelera española, como es en Madrid, Barcelona, Roma, Italia y en Orlando Florida, para el año 2022. Estos manifiestan y desprecian la manera de hacer negocios en complicidad con el régimen de la Habana, como una dictadura militar asesina. Lo cual afirman, que ha permitido expandirse al grupo hotelero en las últimas décadas y exigen la aplicación de principios éticos para acabar con la represión y el acoso en Cuba.

En ese aspecto, según la fuente Reportur.us, líder turístico americano pone en manifiesto que Meliá para el mes de mayo del presente año, gana el pleito sobre terrenos de Cuba confiscados por el Régimen de Fidel Castro, para la creación de hoteles. Esta investigación que ha estado durante años en pleito, en la que ha sido archivada, revertida, luego apelada y hasta ahora con fallo a favor de Meliá.

Por otro lado, para el año 2020, también fue denunciada por los despidos masivos en establecimientos pertenecientes a la cadena hotelera, específicamente en la isla conejera en España. Según los medios de comunicación, informan que se han aprovechado de la alarma social a raíz de la COVID-19, para despedir a más de 60 trabajadores fijos. Lo que ha generado impacto negativo, tratándose de trabajadores con una alta antigüedad y obviamente con edades que hacen complejo volver a reincorporarse en un mercado laboral tan reducido y competitivo. Que Según expresa el Comité de Empresas y el sindicato, es que hay otras alternativas para no ser tan agresivos con los trabajadores que han estado media vida sirviendo a la compañía, y que no es justo para terminar así. Por lo tanto, la cadena se encuentra en vigilancia sobre este tipo de acciones para tomar las medidas acordes.

Seguidamente, para el caso del Hotel Sol Meliá Lanzarote, el cual ha mostrado excelentes cifras de ocupación y altos beneficios monetarios, pero, algo que llama la atención es la reducción de la plantilla fija. Así pues, ha sido criticada por el Sindicato Comisiones Obreras (CCOO), por subcontratar con empresas temporales, visto esta acción como una precarización de las condiciones laborales, refiriéndose a esto como “contratos basuras de semana a semana” que impiden el aprovechamiento de los derechos de cada trabajador debido a la inestabilidad laboral.

Ahora bien, en otro aspecto que compromete las buenas puntuaciones de esta multinacional, tenemos en la mira la multa efectuada por la Comisión Europea en defensa de la competencia, hacía este grupo hotelero de 6,7 millones de euros por discriminación entre clientes, en pocas palabras, por incluir en sus contratos con los operadores turísticos cláusulas restrictivas entre los consumidores del Espacio Económico Europeo, en función de su lugar de residencia. Lo cual indican que todo se logró a partir de una investigación desde el año 2017 y se logró comprobar que Meliá había suscrito contratos con operadores turísticos que limitaban las ventas activas y pasivas de alojamientos hoteleros.

Otro caso que vale la pena mencionar, por la fuente el diario la voz de las cataratas, es acerca del incremento de las denuncias por parte de trabajadoras hacía la cadena hotelera en la ciudad de Iguazú, Argentina. Estas tituladas en la web, para el año 2022 por discriminación, abuso de poder y persecución. Esto debido a las bajas por accidente de trabajo. Para luego ser recibidas con malos tratos, y persecución, con motivos de renuncias y a tal punto de cartas de despido sin justa causa.

A este punto, queda claro que todo lo plasmado en un informe de sostenibilidad no conduce a una perfección. Con esto, se puede decir que existen fallas de diferentes tipos, como hemos visto de tipo ambiental y social, y que este tipo de prácticas negativas ponen en riesgo lo que se ha logrado, o que quizás cubren innumerables acontecimientos poco alentadores con una imagen de Responsabilidad Social comprometida a nivel global, mediante pequeños reconocimientos y fuentes de datos, cuando en realidad no lo es.

3.2. Información de NH Hotel Group

Es una destacada cadena hotelera internacional con una fuerte presencia en Europa y América. Fundada en 1978 con la apertura de su primer hotel en Pamplona, España, la compañía ha crecido hasta gestionar más de 350 hoteles en más de 50 países. Desde 2019, forma parte de Minor Hotels, ampliando su alcance global a través de marcas como NH Hotels, NH Collection, nhow, Tivoli, Anantara, Avani, Elewana y Oaks (NH Hotel Group, 2023). NH Hotel Group comenzó su expansión más allá de Navarra en 1982 con el hotel NH Calderón en Barcelona. La década de 1990 y principios de 2000 fueron testigos de un crecimiento significativo, con la incorporación de numerosos hoteles en Europa y América Latina. En 2018, Minor International adquirió una participación mayoritaria, integrando NH Hotel Group bajo su paraguas de marcas y fortaleciendo su presencia global. El compromiso de NH Hotel Group con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se manifiesta en diversos programas que apoyan a las comunidades locales y fomentan la inclusión y diversidad. La compañía también participa en iniciativas educativas y ambientales, subrayando su dedicación a tener un impacto positivo en la sociedad (NH Hotel Group, 2023).

La compañía establece alianzas y colaboraciones estratégicas de sostenibilidad, sobre la base de principios, valores y objetivos comunes con diferentes organizaciones sin discriminar, siendo el ámbito público o privado, destacando la fidelidad al Pacto Mundial de Naciones Unidas, la

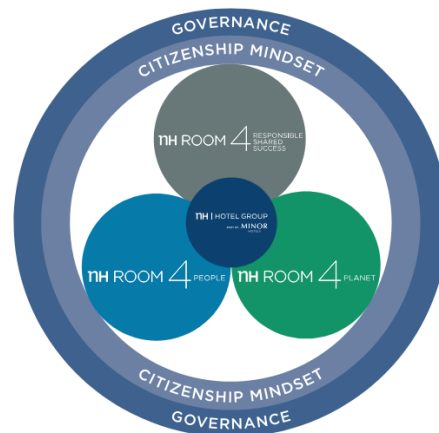
Organización Mundial del Turismo, Exceltur, UNESCO Pledge y la CEOE, entre otras.

Conforme a su modelo de negocio, se puede decir que está centralizado en ofrecer un servicio de excelencia a sus clientes de las diferentes zonas geográficas en las que tiene presencia y cabe destacar que para el año 2019 dio inicio a la incorporación de la sostenibilidad como estrategia, introduciendo un modelo de negocio que ofrece multitudinarias oportunidades de creación de valor a todos los *stakeholders*.

En el año 2023, los cinco pilares estratégicos alcanzados fueron: propuesta de valor, crecimiento para ganar escala, evolución de la propuesta de valor de los team members, ser compañía referente en sostenibilidad y transformación digital. Con esto dar respuesta a las necesidades de los accionistas, socios, clientes, team members y comunidades.

Para NH hotel Group, la estrategia está basada en “Room4 a better world”, en la gestión de la de la responsabilidad corporativa de la Compañía, ”NH Room 4 Sustainable Business, se fracciona a través de sus tres líneas de acción: NH ROOM4 People, NH ROOM4 Planet y NH ROOM4 Responsible Shared Success (NH Hotel Group, 2019).

Figura 3.4: Modelo NH Room 4 Sustainable Business



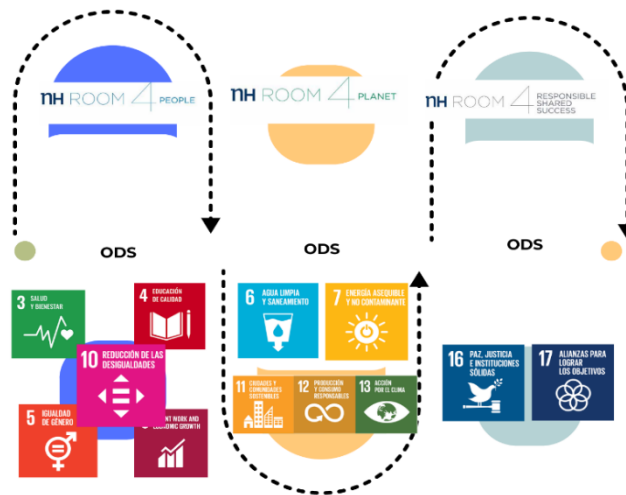
Fuente: (NH Hotel Group, 2019)

- NH ROOM 4 People: promueve el desarrollo profesional interno y crea proyectos sociales en las comunidades donde está presente.
- NH ROOM 4 Planet: está comprometida con el medio ambiente y lo evidencia a través de

productos sostenibles, la reducción de consumo y la lucha contra el cambio climático.

- Hotel ROOM 4 Responsible Shared Success: transmite los derechos humanos, éticos y empresariales en su forma de trabajar en toda su cadena de valor: clientes, propietarios y proveedores, promoviendo alianzas responsables.

Figura 3.5: ODS relacionados



Fuente: elaboración propia a partir de los informes de sostenibilidad

En el marco de la ética, se basa en su Código de Conducta el cual fue actualizado en el año 2015. Este logra resumir las conductas profesionales que se aspira tener de los empleados de NH Group, los cuales implican el actuar con integridad, honestidad, respeto y profesionalidad en la práctica de las actividades.

Del mismo modo, como iniciativas para la protección de los derechos humanos, se apoyan en un marco de compromiso con la sociedad y el entorno en que opera. NH Hotel, cuenta con distintas acuerdos y convenios nacionales e internacionales. Entre los más destacables, se encuentra la adhesión con el Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact), el apoyo a la contribución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado en el año 1999 por la Organización Mundial del Turismo (OMT) de Naciones Unidas.

Por otro lado, el grupo continúa en la evolución de la innovación, incluyendo en el año 2019 el proyecto de transformación digital, como una de las iniciativas más significativas del plan estratégico para otorgar de eficiencia los procesos y sistemas, esto con la finalidad de aumentar la

capacidad de diferenciación en lo referente a la competencia y mejora continua de procesos básicos.

En lo relacionado a la gestión de riesgo ambiental llevan a cabo diferentes procesos estratégicos para darle atención a este aspecto fundamental. Durante el 2022, NH Hotel Group ha llevado a cabo un análisis para identificar su exposición a los Riesgos físicos y transitorios y a las oportunidades asociadas al Cambio Climático (NH Hotel Group, 2023).

Más aún, la “Lucha” contra el cambio climático y “avance” hacia la descarbonización, minimizando nuestra huella ambiental a la vez que desarrollamos hoteles más sostenibles mediante la renovación de edificios. Hay que mencionar, además la tarea regla de las “4R”: Reducir, Reutilizar, Reciclar, Reemplazar, compensando la huella residual y la compensación de compras sostenibles, mediante la colaboración ESG con los proveedores, mejorando el impacto logístico y la circularidad. NH Hotel también ha puesto en marcha varios proyectos para reducir su huella de carbono, incluyendo el uso de energías renovables y la mejora de la eficiencia energética en sus hoteles. También compensan sus emisiones de CO₂ a través de proyectos de reforestación. La Compañía ha sido la primera hotelera española en establecer objetivos de reducción de emisiones validados científicamente por la iniciativa Science Based Targets (SBTi) (NH Hotel Group, 2023).

En relación con lo anterior, NH Hotel Group se encuentra en la cuarta posición del rating CSA que realiza S&P Global, la agencia de inversión sostenible que evalúa a las empresas que componen el Dow Jones Sustainability Index. Los compromisos en sostenibilidad han llevado a la Compañía a formar parte del Sustainability Yearbook 2024 que publica S&P Global. Desde 2013, NH Hotel Group pertenece al índice FTSE4GOOD y renueva su presencia año tras año, gracias a la gestión responsable del negocio y las mejoras implementadas. NH Hotel Group ha sido incluida por cuarta vez en el índice Bloomberg de igualdad de género 2023, siendo la única hotelera española de entre las 484 empresas incluidas en el índice. La Compañía ha obtenido sus mejores resultados en el pilar de la igualdad salarial y paridad. Simultáneamente, Carbon Disclosure Project reconoce el trabajo de las principales Compañías globales en la lucha contra el cambio climático. En el último informe publicado en diciembre 2023, NH Hotel Group obtuvo una calificación B en su ranking anual en materia de Cambio Climático y una calificación B- en su ranking anual en materia de Seguridad del agua. NH Hotel Group se encuentra dentro del Raking Merco, entre las 100

empresas españolas más responsables en materia ESG (Environmental, Social and Governance) en 2023. Adicionalmente, ocupa la 2ª posición en el sector Turismo. A través de este Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, Merco ofrece una medición integral de la sostenibilidad, incorporando a su desempeño la valoración de los *stakeholders*. (NH Hotel Group, 2023)

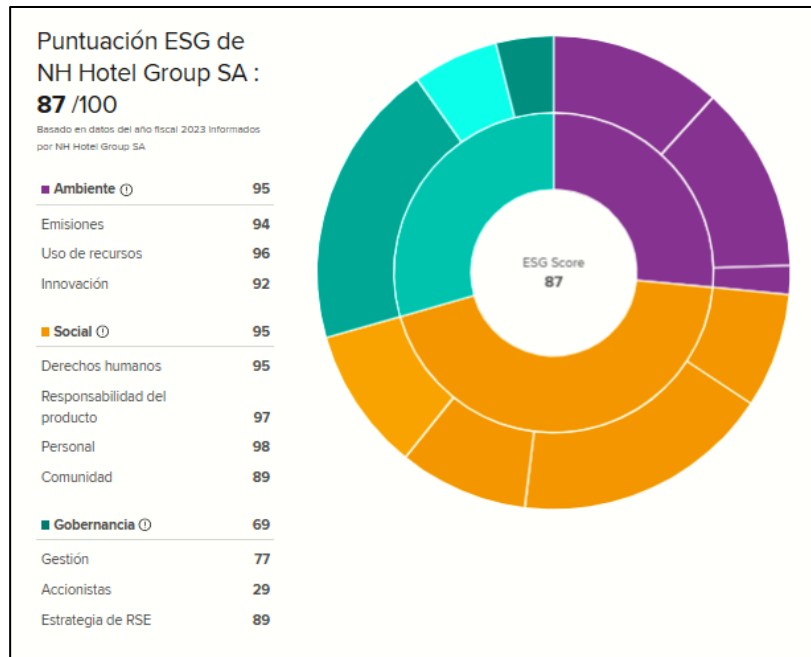
Otros rasgos de promoción es la inclusión laboral de personas con discapacidad a través de alianzas con diversas organizaciones. Ofrecen formación y empleo adaptado para asegurar la integración de estos colectivos en el mercado laboral (NH Hotel Group, 2023).

El modelo de gestión de Riesgos de NH Hotel Group, que se encuentra desplegado tanto en la sede Corporativa del Grupo como en las Unidades de Negocio, tiene por objeto la identificación de aquellos eventos que puedan afectar negativamente a la consecución de los objetivos estratégicos de la Compañía, obteniendo el máximo nivel de garantía para los accionistas y grupos de interés y protegiendo los ingresos del grupo, así como su reputación, en el corto, medio y largo plazo. El modelo establecido para la gestión de Riesgos está basado en el marco integrado de Gestión de Riesgos Empresariales COSO ERM 2017 (Enterprise Risk Management), (NH Hotel Group, 2023).

Controversias y críticas

En relación, con todo lo anterior expuesto, se hace relevante mostrar la puntuación obtenida a través de una fuente de datos y análisis para el Hotel NH en materia de ESG, como lo permite apreciar el gráfico a continuación:

Gráfico 3.2: Puntuación ESG- LSEG Data & Analytics



Fuente: LSEG Data & Analytics (2023)

NH Hotels, con una puntuación de 87 sobre 100, demuestra una sobresaliente clasificación en cada una de las categorías agrupadas, con un mayor número en cuanto al aspecto ambiental y lo social. De igual manera, esta puntuación indica su excelente desempeño en cuanto a transparencia en la presentación de datos de forma pública. Además, se encuentra en la posición 4 de 351, fuera de empresas de servicios de hoteles y entretenimientos.

Entre tanto, NH Hotels es una multinacional que muy poco presenta algún tipo de controversia en los medios de comunicación al alcance de cualquier espectador. Sin embargo, en términos económicos se encuentra envuelto en uno que otro apuro. Es aquí donde se hace énfasis en que el grupo no logra salir de pérdidas en el primer trimestre, en el que se registró un saldo negativo de 22,2 millones de euros frente a los 36 millones del mismo periodo de 2023, pese a la reactivación

del turismo, el cual ha llegado a generar algo de incertidumbre, sin embargo, siempre están dando la pelea, en la búsqueda de generar más rentabilidad.

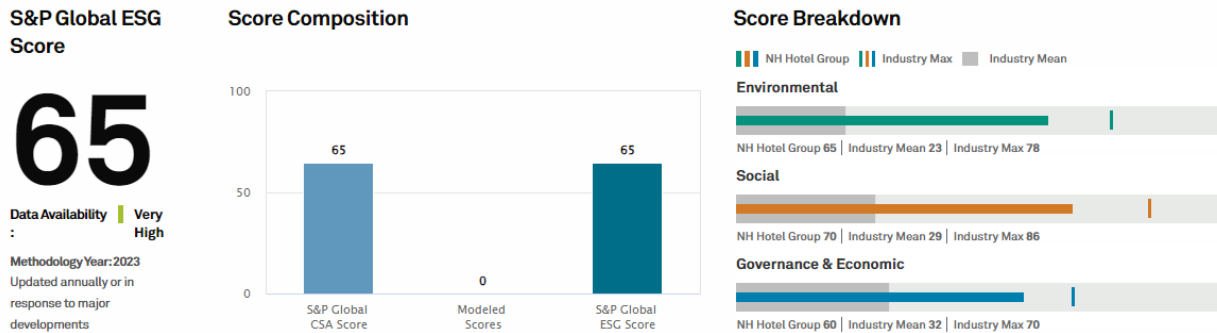
Por otro lado, una crítica hecha por medios vía web, que se hace muy interesante, tiene que ver con la propuesta rechazada con dureza por esta cadena, la cual contemplaba la posibilidad de fusionar los negocios junto con Barceló Hotel Group, que según indican daría un primer lugar en el sector hotelero español, y que hubiera permitido crear una cadena hotelera líder, con la capacidad de competir con igualdad de condiciones. Pero, frente a esta oferta se decidió por unanimidad rechazar la oferta, esto debido a que no permitía crear valor para el accionista, por encima del proyecto y dependiente de NH, además llegaron a manifestar que la oferta no reflejaba un potencial crecimiento en cuanto a los resultados que busca el grupo. En cuanto al grupo Barceló, se mostró decepcionado de no haber podido lograr el objetivo con tal oferta, y prefirió dar por cerrado el proceso ante la negativa. En este sentido, aunque se logró generar algo de controversia. El grupo NH se mantuvo en su posición de velar por los intereses de los accionistas.

En otro punto, la cadena hotelera desde el 2015 se ve envuelta en una guerra o batalla accionarial, involucrando al accionista mayoritario, el grupo tailandés Minor. En la que la Comisión Nacional del mercado de Valores (CNMV) se vio involucrada tras suspender la negociación de los títulos del grupo en la bolsa. Adicionalmente, la resistencia de tres de los consejeros que dimitieron por oposición al movimiento de Minor, debido a que la propuesta suponía un perjuicio para los accionistas minoritarios.

La hotelera por su parte, lanzó amenazas de llevar a cabo acciones legales por la actuación de los consejeros independientes, catalogando este comportamiento como desleal y perjudicial para la compañía, pero sobre todo para la imagen corporativa en el mercado. Con todo esto, cabe analizar el enfoque que prima en este grupo hotelero, el cual sería una máxima búsqueda del beneficio económico para los accionistas.

Asimismo, para corroborar toda la información pública que hemos podido obtener, se ha consultado una segunda fuente de datos como es S&P Global, la cual está apoyada en los criterios ESG, ofrece una visión importante a cerca de la sostenibilidad centrada en el riesgo, la oportunidad y el impacto. Como podemos ver en la siguiente figura:

Figura 3.6: Puntuación NH Hotels Group – S&P



Fuente: Tomado de (S&P Global Sustainable1, 2023)

Lo que se llega a interpretar de la figura anterior, es que se ha utilizado un enfoque de doble materialidad, mediante el cual si existiera un problema de sostenibilidad se considera material, al presentar un impacto significativo en el medioambiente, la sociedad, su posición competitiva y la creación de valor para los accionistas.

Por lo tanto, NH Hotels demuestra una tasa de divulgación alta, con una puntuación ESG global S&P, de 65 sobre 100. Que de manera detallada, obtiene 65 de calificación en medioambiente, social 70 y en Gobernanza 60. Así pues, esta empresa ha respondido a la encuesta de evaluación de sostenibilidad corporativa, información disponible en el dominio público y métodos de modelado.

3.3. Información de RIU Hotels & Resorts

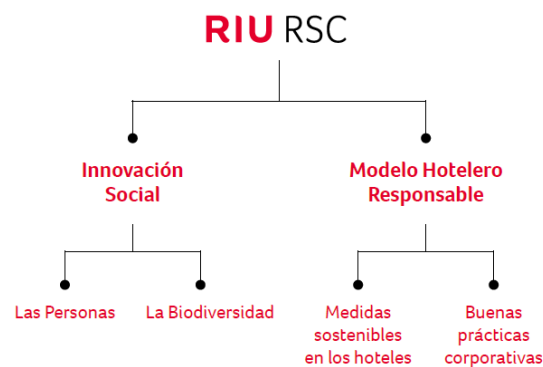
Esta cadena hotelera internacional fue fundada en 1953 por la familia Riu en Mallorca, España. Inicialmente concebida como una pequeña empresa de vacaciones, la compañía ha crecido significativamente y hoy en día opera cerca de 100 hoteles en 21 países, siendo reconocida por su excelencia en servicio y calidad (RIU Hotels & Resorts, 2023).

En 1990, dio sus primeros pasos para el camino a la internacionalización, su primer hotel en el extranjero tuvo lugar en Punta Cana, República Dominicana. Desde entonces, ha continuado su crecimiento global, con una fuerte presencia en destinos turísticos clave como el Caribe, América, Europa y África. En 2010, RIU diversificó su oferta con la inauguración de su primera línea de

hoteles urbanos bajo la marca "Riu Plaza", ubicados en grandes ciudades alrededor del mundo.

Esta compañía en su modelo de gestión incluye doce compromisos de Responsabilidad Social Corporativa, los cuales definen los pilares de su actividad turística. En tal sentido, pretenden fijar una mirada hacia el aspecto social, como ambiental, los cuales se encuentran alineados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Por lo tanto, esta implantación se basa en una estrategia transversal aplicada en los departamentos corporativos de la organización y en sus hoteles. Que desde el año 2011 en su estrategia integrada se han redactado y aprobado las principales políticas de las que derivan cada uno de los compromisos empresariales responsables, evaluándolas periódicamente para el aseguramiento de los requisitos, fortaleciendo cada una para una mejora continua.

Figura 3.7: RIU modelo RSC



Fuente: (RIU Hotels & Resorts, 2023)

En el aspecto social, los pilares están relacionados con la conciencia social, la satisfacción del cliente, el compromiso con la comunidad, el desarrollo personal y profesional, rigor en la salud y la seguridad, y la protección de la infancia. Por eso, cabe destacar que desde el año 2012 se ha unido a la red ECPAT para la protección de los niños, niñas y adolescentes frente a la explotación sexual en el turismo, comprometiéndose con el debido cumplimiento de los requerimientos que propone el Código de Conducta de ECPAT, conocido como The Code. Así mismo, RIU firmó el “compromiso del sector privado con el Código Ético Mundial para el Turismo” como guía creada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), esto como una alineación con los principales actores del desarrollo turístico en la obtención de un turismo responsable y sostenible.

Hay que mencionar también, el acuerdo firmado con Unión Internacional de Trabajadores y trabajadoras (UITA) de la Alimentación, agricultura, hostelería y afines, con la intención de reforzar el compromiso con los derechos humanos y la igualdad.

En 2022, la empresa llevó a cabo 71 proyectos de inversión social que beneficiaron a 95.000 personas, incluidos 45.000 niños y adolescentes. Estos proyectos se centran en la mejora de la educación, la salud y el bienestar de las comunidades locales donde opera la cadena. Además de sus proyectos medioambientales, RIU también se enfoca en programas educativos que mejoran las oportunidades de empleo para las comunidades locales. Estos programas incluyen formación profesional en turismo y hostelería, así como becas para estudiantes desfavorecidos (Riu Hotels, 2022).

Acercar de los grupos de interés *stakeholders*, con el objetivo de apresurar y mejorar la relación entre estos, la compañía ha implantado varios canales de comunicación y herramientas para dar respuesta rápida, de manera transparente y eficaz. Como, por ejemplo, las reuniones y mesas de diálogos con asociaciones no gubernamentales españolas, para hacerles participe de su estrategia de RSC, y de este modo estrechar sus alianzas sociales y medioambientales.

Sobre el aspecto medioambiental, cabe mencionar aportes como el uso y reciclaje del agua, la gestión de residuos, el ahorro de energía, la protección de la vida silvestre, la reducción de emisiones, y la certificación en sostenibilidad. Así pues, desde el 2018 se unió a la nueva edición de la campaña Plan – for- the-planet “Plantamos Conciencias” protagonizada por colaboradores de la cadena hotelera y sus familias, en la que se ofreció formación ambiental para niños con talleres prácticos y teóricos sobre capacitación ambiental.

También se hace muy interesante el proyecto de los “Hoteles Circulares”, que busca reducir, aprovechar y reciclar al máximo los residuos que producen los establecimientos hoteleros, y esto se hace midiendo los kilos de residuos orgánicos que posteriormente se convierten en compost utilizado en la producción agrícola, que, de ese mismo trabajo, es el aprovechamiento de alimentos para proveer a la cadena hotelera. Igualmente, trabaja en la constante lucha para la reducción o eliminación de plástico de un solo uso, ya que para el 2020 debido a la pandemia del COVID-19 hubo un retroceso.

El hotel fue premiado en la 5ta edición de los premios Re Think Hotel que reconocen a los mejores proyectos de sostenibilidad y rehabilitación en el sector hotelero español, por su proyecto de aerotermia como sistema de energía renovable.

Desde el año 2012, los hoteles RIU se certifican con el programa internacional de certificación TRAVELIFE, especializado en la gestión de la sostenibilidad para el sector de la industria turística, que garantiza una gestión responsable y el cumplimiento de todos los compromisos de sostenibilidad (RIU Hotel & Resort, 2019).

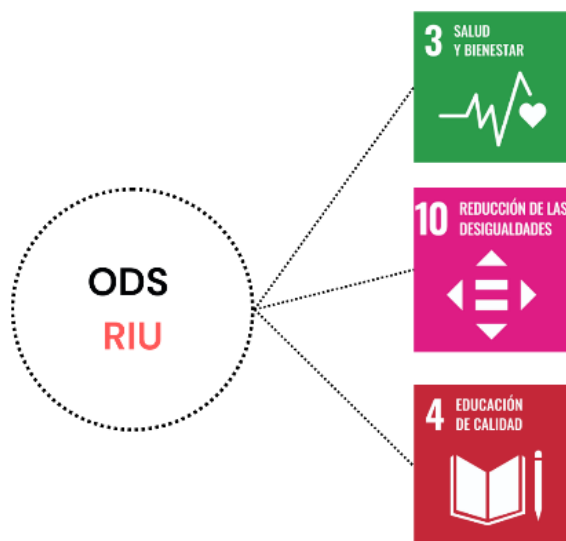
Para el hotel también es fundamental, priorizar aquellas empresas y proveedores que cuenten con productos sostenibles en su stock, pero sobre todo los que cumplen los 12 compromisos de los que hemos venido haciendo énfasis.

En lo concerniente a inversión en términos monetarios en RSC, se ha ido evidenciado un crecimiento, como en el 2018 partiendo 825.403.57 € a 1.303.183 € en 2019, luego en el 2020, 807.323.70€ con los estragos de la COVID-19, se pasa a un incremento en el 2021 de 820.156.00€ con un proceso de recuperación, y ya para el año 2022 y 2023 un aumento significativo.

Consideremos ahora, la contribución de RIU a los ODS. Es entonces cuando en el 2020 en colaboración con la ESCP Business School se hizo un análisis profundo a cerca de sus inversiones en relación con la contribución del esfuerzo global. Del cual arrojó como resultado un enfoque principal en el impulso del desarrollo social de las comunidades, y al tiempo el fomento de la diversidad e inclusión social de los colectivos vulnerables (ODS 10), principalmente la infancia y programas orientados en la salud (ODS 3).

Como es de anotar, se va midiendo el grado de contribución de los proyectos llevados a cabo, en comparación con el año anterior. De este modo, es de anotar, los que se encuentran haciendo hincapié, como se muestra a continuación:

Figura 3.8: Contribución RIU a los ODS



Fuente: elaboración propia, a partir de los informes de sostenibilidad 2019-23

Controversias y críticas

Ahora bien, al querer ir un poco más allá del crecimiento significativo que ha tenido esta cadena hotelera, nos encontramos con una controversia muy particular, y esta tiene que ver con la detención del propietario de los Hoteles RIU en la ciudad de Miami en EEUU, quien fue acusado por corrupción, todo esto según indican fuentes es debido a que se buscó la forma de evadir multas, por varios incumplimientos. En sí, lo que se dice es que hubo disfrute de estancias gratis e importantes descuentos en sus complejos en República Dominicana y México a cambio de facilitar los trámites de la reforma de un nuevo hotel de la cadena española.

Tras varios años de investigación, como lo indica el diario.es, el hotel RIU ha quedado libre de cargos tras un acuerdo entre su defensa y la Fiscalía, por el cual consiste en la realización de formación sobre buenas prácticas en el trato con funcionarios públicos, y estar atento siempre y cuando se le solicite comparecer como testigo a lo largo del proceso judicial, que sigue su curso.

En otros aspectos, también hemos encontrado que este grupo ha tenido que responder por los daños ambientales ocasionados durante el proceso de construcción a partir del año 2008 en la playa

Matapalo en Guanacaste, Costa Rica. En ese entonces, se le acusó de la modificación de una quebrada, la eliminación de árboles en zona de playa pública, la eliminación y relleno de zona manglar, la muerte inducida de árboles, entre otras, lo que nos atrevemos a decir, es que los hoteles RIU en esa zona fueron construidos violando las leyes vigentes, que además fueron reconocidas tales faltas por el grupo hotelero, y que al poder llegar a un acuerdo de conciliación con la Procuraduría General de la República, han pagado una suma por tales daños que no ha sido pública, y reemplaza una sentencia, en el Tribunal Penal. Adicionalmente, ha tenido que enfrentarse en el Tribunal Ambiental, que es algo distinto a lo anterior mencionado.

Por otro lado, tenemos las reiteradas denuncias realizadas por parte de un grupo de ecologistas (Ecologistas en acción, 2020), argumentando la acerca de los reiterados incumplimientos en el espacio protegido, así también perjuicios medioambientales a raíz de su actividad en las Dunas de Corralejo de Fuenteventura, en España. En este caso, la cadena hotelera RIU, tuvo que asumir la sanción por más de 200.000 euros por una infracción grave y con orden de derribo de algunas instalaciones, por la ocupación de terrenos en concesión. Por su parte, los ecologistas ponen en manifiesto, lo lamentables que es la situación, dado que los partidos políticos del Gobierno de islas Canarias, den apoyo a todos aquellos que cometen infracciones urbanísticas, que atentan directamente el patrimonio colectivo del pueblo, en contra del interés general de la ciudadanía y de la protección de los recursos naturales.

Algo similar por las que se ha enfrentado esta multinacional, se debe también a una acusación por ecocidio a un proyecto del hotel RIU Riviera Cancún en Punta Nizuc, México. Esta controversia la hemos hallado publicada en el (PIRAMIDE, 2021), señala que dicho proyecto llegó a destruir la mitad de la duna costera y el manglar que había en dicho predio, dejando en riesgo la zona de anidación de varias especies marinas. Este hotel, ha sido también cuestionado a causa de las carencias de infraestructura en la zona, en especial se refiere al agua potable y drenaje. Otro de los argumentos y que engrandece toda esta lista de problemática que enfrenta la cadena hotelera, es que en la mayoría sus proyectos incumplen los principios de sustentabilidad, con un historial de acciones que van encaminadas a darle vuelta a la regulación, siendo un modelo de negocio que funciona imponiéndose sobre las normas.

Así mismo, en cuanto al tema medioambiental hemos encontrado una problemática, mediante la

noticia publicada en (24ora.com, 2024), donde dan a conocer la eventualidad que se ha presentado este año en el sector hotelero en Aruba. Esto se debe al desague que compromete al grupo hotelero RIU, quien inicialmente se pronunció frente a la misma dando una serie de explicaciones y arreglos, pero luego resultó en vano, ya que al siguiente día siguió igual, siendo alarmados por las repetitivas llamadas de turistas y organismos encargados.

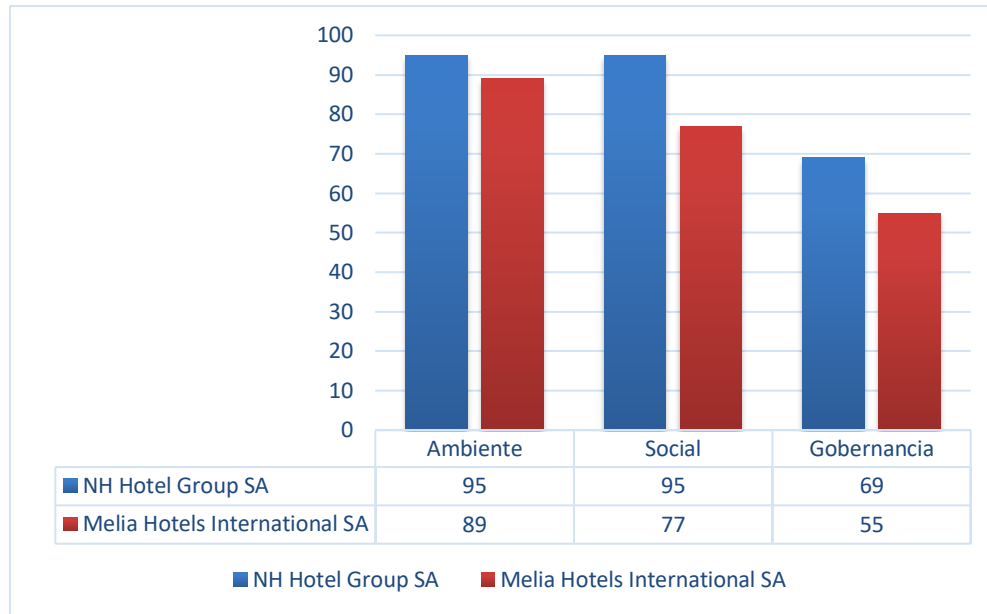
En otro escenario, también se han presentado denuncias realizadas por los empleados, en cuanto a malos tratos y diversas problemáticas en los Hoteles RIU, específicamente en Puerto Vallarta y Riviera Nayarit en el país mexicano. Según la revista (GenteIn, 2015), los empleados comentaron para aznoticias.mx sobre la mala calidad del comedor de empleados, en lo referente al higiene, el ambiente y la comida, esto por una parte y por otro, el mal trato de algunos jefes superiores, y esto no es todo, el argumento es que el problema viene desde arriba y que los dueños españoles son de lo peor con el personal de trabajo, indicando que son sometidos a faltas de respeto, humillaciones y mayores exigencias sin ofrecer las adecuadas herramientas para realizar las respectivas actividades. En otras palabras, manifestándose en términos de acoso, bullying en jornadas laborales por más de ocho horas diarias.

3.4. Discusión de los resultados

Entonces, después de dar a conocer los elementos fundamentales de cada uno de los hoteles en estudio y las acciones de Responsabilidad Social Corporativa junto con los Objetivos de Desarrollo sostenible, y en últimas las puntuaciones halladas en lo concerniente al cumplimiento ESG para Meliá y NH, ya que para el grupo hotelero RIU, no fue posible encontrar.

Es acertado realizar un análisis comparativo recogiendo los aspectos más relevantes en los que se ha considerado que debe basarse una gestión adecuada, a partir de sus estrategias y en las que siguen mejorando al pasar de los años. Atendiendo a continuación el siguiente gráfico:

Gráfico 3.3: Comparativa ESG entre Meliá & NH 2023- *LSEG Data & Analytics*



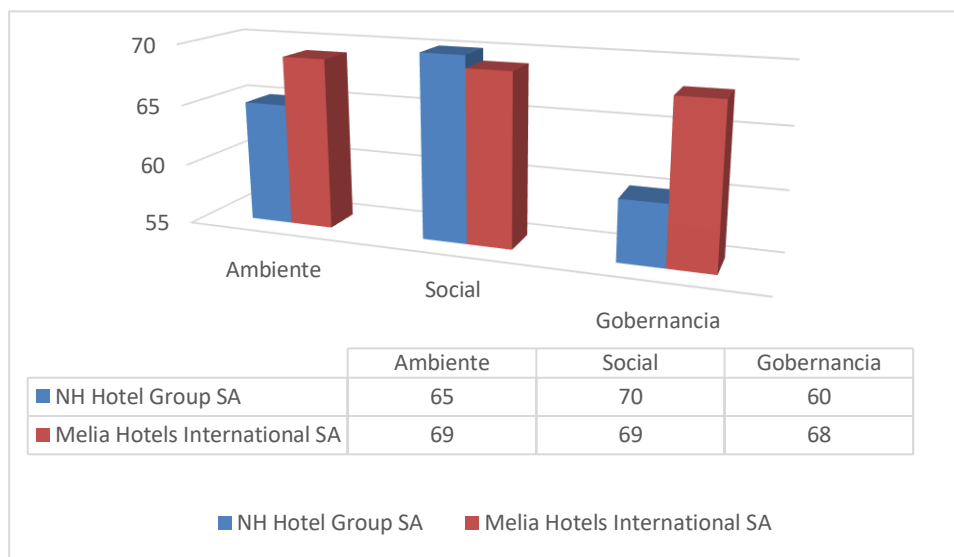
Fuente: Elaboración propia a partir de datos LSEG Data & Analytics

Si bien es cierto, que con el pasar del tiempo se ha evidenciado un incremento en la toma de conciencia, sobre una realidad que mantiene viva un sinnúmero de problemas sociales y ambientales en el entorno. Es por esto, que las empresas se están comprometiendo cada vez más, sumándose en la lucha contra estos problemas para mejorar en lo que sea posible. Es aquí donde la RSC juega un papel realmente importante, como un instrumento de transparencia que a su vez permite al turista tener la capacidad de elegir destinos atractivos y sostenibles, pero, también a la hora de seleccionar un hospedaje de calidad.

Entonces, a partir del gráfico 3.3, con base a LSEG Data & Analytics, se puede ver que NH Hotel Group SA en comparación con Meliá Hotels, es quien resalta con una puntuación más alta, por ejemplo, en el ámbito medioambiental, también en el aspecto social y pasa lo mismo con el Gobierno Corporativo. Si vemos las puntuaciones obtenidas, están basadas en el desempeño ESG de cada compañía, en 10 temas principales, basados en datos informados de forma pública.

Y a partir de S&P Global, mediante el siguiente gráfico se puede ver de forma comparativa y apreciar la puntuación de ambos grupos hoteleros.

Gráfico 3.4: Comparativa ESG Meliá Hotels & NH Hotels 2023- S&P Global



Fuente: Elaboración propia a partir de S&P Global

En esta oportunidad, quien se destaca en cuanto a puntuación de esta evaluación, es Meliá Hotels International, presentando muy poca diferencia en cada una de las categorías evaluadas, pero aun así influyen significativamente en la puntuación global.

En efecto, hay que decir que las tres compañías tienen asociada a su web corporativa los informes de RSC y destacan la contribución de sus proyectos hacia los ODS de manera didáctica, pero solo dos basadas en los estándares GRI como son (Meliá Hotels y NH Hotels) y solo estas mismas se han podido destacar en las dos fuentes de datos de evaluación y verificación.

Como puntos fuertes, según las memorias de sostenibilidad las tres cadenas le apuestan y se esfuerzan por implementación de la RSC de forma voluntaria, en las distintas áreas de la organización, involucrando pilares esenciales para conquistar un desarrollo sostenible como son (económico, social y medioambiental), pudiendo enlazar esta filosofía a su estructura organizativa, incluyendo la dirección.

De manera semejante, fomentan el mantener una relación armónica con los *stakeholders*, mediante una comunicación a través de canales propicios y de este modo permitir una participación en las propuestas de RSC, pero, no muestran de qué manera se permite la participación en la toma de las decisiones, y como les hacen frente a los conflictos.

En primera instancia, le dan prioridad a la experiencia de calidad que se le puede llegar a ofrecer al cliente, mediante la búsqueda de la satisfacción, y esto lo hacen asegurando contar con un capital humano preparado profesionalmente, mediante la formación continua. Todo esto con el aprovechamiento de nuevas tecnologías y como aprendizaje a raíz de la exigencia de plataformas digitales desde la pandemia de la COVID-19.

Como dato relevante, todas las empresas tomaron medidas en su momento por los estragos provocados, pero solo dos (Meliá Hotels y NH Hotels), mantienen hoy en día un departamento específico de la COVID, la última solo mantiene ciertas medidas como limpieza entre otras.

Igualmente, las compañías apuestan y resaltan la implantación de un plan de igualdad, dando acceso a las mujeres en cargos directivos, como también el aprovechamiento del talento joven en situación de exclusión sexual.

Otro punto en común de las tres cadenas, es la unión contra la explotación sexual infantil y el turismo sexual infantil, con la red ECPAT, permitiendo desarrollar proyectos de pedagogía, mediante la creación de centros educativos para que exista oportunidad de acceso a la educación y el fin de la pobreza y de manera general sus estrategias alineadas con la Agenda 2030 de la ONU.

En el escenario ambiental, se puede ver como punto fuerte el llevar a cabo programas de acción en la lucha del cambio climático, pero haciendo énfasis más en Meliá Hotels y en NH Hotels. Como también unas más que otras encaminadas hacia el ahorro de energía optando con la digitalización de servicios, el uso óptimo de los recursos, reducción y eliminación del plástico. A todas estas habría que añadir las certificaciones y acreditaciones que les han sido otorgadas por asociaciones y fundaciones de reconocimiento.

Como punto débil es que la cadena RIU, no forma parte del Pacto Mundial de la ONU, y tampoco posee un código ético propio. Además, las tres cadenas en sus memorias de sostenibilidad presentan tales acciones de RSC, pero no es algo completo en algunos casos, es decir, no revelan un alcance que permita apreciar una realidad de sus estrategias.

En resumen, para un mayor entendimiento se relacionan aquellos aspectos que se han considerado de mayor relevancia, extraídos de los informes de EINF que han permitido conocer las estrategias

y su desempeño en las distintas áreas a las financieras.

Tabla 3.1: Relación y comparativa con información de EINF

CARACTERÍSTICAS	MELIÁ HOTELS	NH HOTELS	RIU HOTELS
RSC de carácter voluntario	✓	✓	✓
Uso de estándares	✓	✓	✗
Pilares: Sociales, económicos y medioambientales	✓	✓	✓
Uso GRI	✓	✓	✗
Relación y comunicación con los stakeholders	✓	✓	✓
Contribución ODS de la Agenda 2030 (ONU)	✓	✓	✓
Código Ético OMT	✓	✓	✓
Lucha contra el soborno, corrupción	✓	✓	✗
Pacto Mundial de la ONU	✓	✓	✗
Código de conducta ECPAT	✓	✓	✓
Certificaciones de sostenibilidad	✓	✓	✓

Fuente: elaboración propia a partir de los informes a partir de los informes de sostenibilidad

Tabla 3.2: Características sociales

CARACTERÍSTICAS	MELIÁ HOTELS	NH HOTELS	RIU HOTELS
Experiencia de calidad al cliente	✓	✓	✓
Economía local	✓	✓	✓
Apoyo colectivo post covid-19	✓	✓	✗
Gestión de Compliance	✓	✓	✓
Formación para empleados	✓	✓	✓
Diversidad cultural	✓	✓	✓
Programas de seguridad y salud	✓	✓	✓
Alianzas Público-Privadas	✓	✓	✓
Digitalización en los procesos	✓	✓	✓
Inversión social	✓	✓	✓
Cadena de suministro responsable	✓	✓	✓

Fuente: elaboración propia, a partir de los informes de sostenibilidad

Tabla 3.3: Características ambientales

CARACTERÍSTICAS	MELIÁ HOTELS	NH HOTELS	RIU HOTELS
Lucha contra el cambio climático	✓	✓	✗
Reducción de residuos	✓	✓	✓
Eficiencia energética	✓	✓	✓
Reducción de emisiones	✓	✓	✓
Reciclaje del agua	✓	✓	✗
Reducción de papel	✓	✗	✗
Ahorro de energía	✓	✓	✓
Biodiversidad	✓	✓	✓
Regularización drenajes de agua	✓	✗	✗
Eliminación de plástico de 1 uso	✓	✓	✗

Fuente: elaboración propia, a partir de los informes de sostenibilidad

Al llegar aquí, nos damos cuenta de que, no todo puede ser perfecto y no es suficiente quedarnos con la información hallada en las memorias anuales de sostenibilidad e informes de gestión que ponen a la disposición de todos, precisamente con la intencionalidad de dar a conocer el buen curso de su proyectos y consecución de objetivos globales, para con la sociedad.

Y es que, atendiendo las diferentes problemáticas de las tres cadenas hoteleras, se ha podido analizar incumplimientos de diferentes tipos, como es en el aspecto social, ambiental, de regularización y además conflictos por intereses propios donde prima el valor accionarial.

Por ejemplo, en cuanto a Meliá Hotel International se ha visto involucrada en controversias muy poco alentadoras que han llegado a afectar el prestigio de la marca, pero más que todo, el campo de acción con el pasar de los años contradice el contenido de sus estrategias, programas y metas.

Por parte de la cadena NH Hotel, quien ahora lleva por nombre Minor Hotels Europe & Américas, solo se llegó hallar cierta controversia de la misma índole, concerniente a la búsqueda de rentabilidad y creación de valor accionarial.

Y en últimas la cadena RIU, es la que está envuelta cada vez más en diferentes problemáticas de todo tipo, desde sus primeros inicios hasta la actualidad. De hecho, es la que se encuentra en tercera posición en cuanto a propuestas e iniciativas de RSC en relación a los informes de gestión y del

mismo modo estaría siendo la más débil ante las otras dos y con muchos aspectos por mejorar.

Con todo lo anterior, no existe total uniformidad y es considerable que los hechos hablan por sí solos. Es cierto y no se puede negar la validez de las memorias anuales en materia de sostenibilidad, sin embargo, es apropiado decir que los hoteles se inclinan por publicar información de RSC y de contribución de ODS, generalmente estructurada como si se siguiera un guion de actuación, que lo hacen ver todo de forma maravillosa y a la perfección.

4.1. CONCLUSIONES

A lo largo del trabajo se ha podido abordar el concepto de Responsabilidad Social Corporativa, y demostrar el crecimiento latente por el interés de la práctica en el campo empresarial, como fruto del trabajo empírico y de las teorías debatidas apoyadas en el compromiso social, ambiental y sostenible por grandes autores al pasar del tiempo. Lo que también involucra la creciente exigencia de los grupos de interés, a espera de una mayor actuación empresarial responsable y eficaz en una sociedad. Haciendo énfasis, en la evolución de este concepto, o más bien el imponente cambio asentado en la primacía de los accionistas principales de toda compromiso o necesidad empresarial, direccionándose hacia una nueva visión de conciencia social. Esta nueva visión estaría arraigada o fundada en la Teoría de los *stakeholders* de Freeman, de cual se infiere que bien sea por motivos estratégicos o bien por motivos de legitimidad moral, es necesariamente contar con la participación de estos y también en la toma de las decisiones para el logro de los objetivos de la empresa.

Al mismo tiempo, esta creciente importancia de la RSC, se ha visto marcando influencia en la actividad turística, este como uno de los motores principales en la economía española como se ha podido ver en el capítulo 2, que involucra principalmente el sector hotelero, como un instrumento para el fomento en la contribución sostenible, la creación de valor y la promoción de la competitividad de los destinos turísticos. Esto es debido, a los distintos cambios sociales y de consumo que están demandando alternativas cada vez más responsables en el contexto medioambiental y en general con la sociedad. Además, las aplicaciones de políticas se instauran como elementos estratégicos en la gestión empresarial, sumando en el desarrollo de ventajas competitivas y diferenciación para las empresas que las implementan. Como se puede comprender, el sector hotelero tiene la capacidad de aportar a todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través de diferentes prácticas y políticas, en algunos casos de manera directa y en otros de manera

indirecta.

Ahora bien, a juicio propio con todo lo que hemos visto a lo largo de este trabajo la clave está en considerar como elemento esencial el concepto de la RSC para el creación y generación de impacto, más allá de llevar a cabo una filantropía o buenas prácticas altruistas para los grupos más vulnerables. Y no tanto como una tendencia, sino como una obligación legal y moral como una contribución voluntaria integrada en la estrategia corporativa, que favorezcan la determinación y comparación de los resultados generales.

Al intento de dar respuesta, en lo referente a cómo se figura el escenario actual y cuál sería el grado de implementación de la RSC, y en conjunto la contribución de los ODS, se ha llegado a comprobar una evolución en las cadenas hoteleras, atesorando un profundo cambio en la mentalidad empresarial de carácter voluntario como lo exige este concepto.

En contraste, no podemos quedarnos solamente con los informes de gestión, memorias de sostenibilidad y reconocimientos, a la hora de asegurar un cumplimiento total sobre el estudio llevado a cabo. Podríamos decir que las tres compañías demuestran conciencia al operar en un mercado agitado como lo es el sector turístico, donde se enfrentan a cuantiosas cadenas hoteleras con servicios similares, precios atractivos, calidad. Pero, la realidad es otra, y es que cada una de estas multinacionales han atravesado y continúan enfrentándose a diferentes problemáticas que las comprometen, al llevar prácticas negativas en diferentes escenarios, según las fuentes que hemos tenido a nuestro alcance. Lo cual despierta la necesidad de una mejora continua, diferenciación y alineación al desarrollo sostenible y que mejor estrategia que reflejar sus valores corporativos en el actuar, llegando a conformar una imagen de marca con un mayor posicionamiento en el sector.

Es aquí cuando la reputación juega un papel fundamental en las compañías de cualquier tipo. En conjunto están las percepciones, valoraciones y expectativas que se tiene de la marca. Es por eso que se debe cuidar mucho, de la cultura y la conducta de la empresa, además de las relaciones públicas, el acercamiento con los clientes y los empleados, tanto como el nivel de calidad del servicio ofrecido. Hoy en día existe una enorme ventana sin discriminar el acceso a esta, que pone en duda el cumplimiento de la RSC en el sector hotelero.

4.2. RECOMENDACIONES

En últimas, con la intención de que estas cadenas hoteleras puedan llevar a cabo medidas

correctivas y continuar trabajando en el logro de la excelencia en su gestión de la Responsabilidad Social Corporativa, así como la promoción de su imagen de marca, atracción y retención de talento, comunicación, prevención de riesgos, reducción de costes, reputación corporativa, contribución a los ODS y sobre todo la confianza y fidelización de clientes, se exponen a continuación las siguientes recomendaciones.

La RSC en el modelo de negocio: Es fundamental que la RSC esté incluida en la estrategia de negocio, teniendo siempre influencia en la planificación estratégica. Permitiendo también un marco global, que sea aplicado en las distintas áreas de la compañía, como un sistema interrelacionado, pero no resumido en acciones puntuales.

Hacer pedagogía de RSC: En la búsqueda de reconocimiento por las acciones voluntarias, es conveniente darle prioridad a educar y sensibilizar tanto de forma interna como en otros sectores sobre los beneficios de la RSC, que exista el fomento hacia un conocimiento y voluntad individual propia, el cual que se pueda demostrar con hechos reales a la sociedad como aporte de una gestión responsable.

No pensar en proyectos con objetivos de medio y largo plazo: En este punto, nos referimos a la realización acciones de corto recorrido y muy puntuales sin sentido alguno. Lo que permite percibir como una estrategia oportunista o con interés personal exclusivo, sumándole un interés de marketing social exagerado. Dejando visto como una acción no responsable en el tiempo.

Relación y gestión con los grupos de interés en base a las prácticas responsables: Mantener un canal de comunicación eficiente y transparente que permita conocer las necesidades y promover la participación activa de los mismos. En las tres cadenas lo exponen, pero, carecen de una participación conjunta a través de alianzas que apunten hacia el desarrollo de soluciones innovadoras sostenibles en el tiempo y no solo palabras, preparados ante cualquier riesgo, atribuyendo a una adecuada capacidad de respuesta centradas realmente en la necesidad de todos los grupos. Además, la gestión en cuanto a la familiarización con sus propias practicas responsables.

No actuar en búsqueda de obtener premios y reconocimientos efectistas en la sociedad: Hemos analizado que las tres cadenas resaltan cada uno de sus premios y reconocimientos lo que

no está mal. Pero, de esto no se trata la RSC ¿quién da más?, o ser vista como la más imponente en una nueva tendencia empresarial. Pues este es el error pensado por algunas compañías.

Memoria de sostenibilidad: En esta parte el no exceder en extensión sería lo ideal, más bien que su elaboración siga los estándares GRI (Global Reporting Initiative) vistos en la tabla 1.1, cap 1, y se tengan en cuenta su evolución de acuerdo a los nuevos convenios de la UE, que tiene por objetivo guiar e impulsar en la adecuada elaboración de ñas memorias de sostenibilidad de forma específica, con el cumplimiento de la normativa actual. Contando también, con la verificación de expertos en auditoria que aprueben la credibilidad de las mismas.

Control en la cadena de suministro: Se hace conveniente hacer constantes evaluaciones y además incluir cláusulas relativas en los contratos, lo que incentiva mantener una relación responsable con otras empresas, ya que por el contrario puede llegar a verse afectada la reputación de la compañía al no atender los elementos de la cadena que indican el cumplimiento de criterios sostenibles.

Cooperación con otros sectores: Así como hemos visto las iniciativas adheridas dentro del sector hotelero, podría ser adecuado promover sinergias con empresas de otros sectores, en tal sentido, como un valor agregado mediante un esfuerzo colaborativo, de intercambio de buenas prácticas, que permitan alimentar la RSC en la sociedad.

Con todo esto, se ha podido reflejar en este trabajo la importancia y el grado de implantación de la RSC, en el que se ha tomado como referentes las tres cadenas hoteleras, posicionadas con mayor reconocimiento en España, como Meliá Hotel International, NH Hotels y RIU Hotels & Resorts, las cuales demuestran contenido a la hora de comprometerse en lo que condiciona el tema en estudio y que siguen trabajando para mejorar y no repetir los errores. Cabe destacar que entre las tres, las que llegan a marcar mayor apropiación según los informes de sostenibilidad son, Meliá y NH con un plan de negocio y estrategias de gestión con vigor y por su parte a RIU implica más trabajo por mejorar. Y como se ha podido mencionar antes, en este sector se desempeña un papel intensamente primordial para la promoción de la sostenibilidad global, relevancia en la economía, condiciones medioambientales de cada destino y las relaciones con los grupos interesado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Argandoña, A. (2012). ¿Que es y no es la Responsabilidad Social? *Universidad de Navarra*, 4 .
- Alles, M. T., & Ramón Cuadrado Marqués. (2011). *Repositorio Universidad de Cádiz*. Obtenido de https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/168370/TFG_2017_Roca%20Torres_Ana.pdf?sequence=1
- Campos, M. G. (2021). *Repositorio Institucional UPV*. Obtenido de <https://riunet.upv.es/>
- Compromiso RSC. (5 de Mayo de 2024). *Compromiso RSC*. Obtenido de <https://www.compromisorse.com/responsabilidad-social/turismo-y-restauracion/melia-hotels-international/>
- Dueñas, L. M. (Marzo de 2015). *Repositorio Comillas* . Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/4516/TFG001306.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Exceltur. (2024). *Exceltur*. Obtenido de <https://www.exceltur.org/pib-turistico-espanol/>
- Fernández, J. M. (2007). Responsabilidad Social Corporativa y análisis económico: práctica frente a teoría . *Universidad del Valladolid*, 31.
- Fernández, J. M. (2008). Modelo stakeholders y responsabilidad social corporativa. 84.
- Fernández, J. M. (2008). Modelo stakeholders y responsabilidad social:el gobierno corporativo global. *AIMS*, 84.
- Galindo, C., & Calvo, G. (17 de Enero de 2024). El turismo se afianza como gran motor económico y alcanza un récord del 12,8% del PIB, según Exceltur. *El País*. Obtenido de <https://elpais.com/economia/2024-01-17/el-turismo-se-afianza-como-gran-motor-economico-y-alcanza-un-record-del-128-del-pib-segun-exceltur.html#>
- Gomez, I. (11 de 4 de 2010). El AVE permitirá «ya en 2012» viajar hasta Madrid en menos de tres horas.
- GRI . (s.f.). *Fundación ANDI* <https://www.andi.com.co/uploads/GRI-sostenibilidad-2022.pdf>
- INE. (2 de Febrero de 2024). *Instituto Nacional de Estadística*. Obtenido de <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/FRONTUR1223.htm>
- Martínez, A. G. (2022). *Universidad de Sevilla*. Obtenido de

<https://biblus.us.es/bibing/proyectos/abreproy/94348/fichero/TFG-4348+GARC%C3%8DA+MART%C3%8DNEZ%2C+ALBERTO.pdf>

Meliá Hotels International. (2022). *Informe de Gestión 2022*.

Melia Hotels International. (5 de Mayo de 2024). 2024. Obtenido de Melia Hotels International: <https://www.melia.com/es>

Meliá Hotels International. (2024). Obtenido de https://www.meliahotelsinternational.com/EthicalDocs/C%C3%B3digo%20%C3%A9tico%20ES/mhi_codigo_etico_a5_jul18_es.pdf

Ministerio de Industria, Energía y Turismo. (2012). *Senado de España*. Obtenido de <https://www.senado.es/web/expedientappendixblobervlet?legis=10&id1=10594&id2=1>

Montañés, T. C. (2017). Responsabilidad Social Corporativa. *EDITORIAL ELEARNING*.

Naciones Unidas. (s.f.). Obtenido de 2024: <https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/acerca-la-agenda-2030-desarrollo-sostenible>

NH Hotel Group. (2019) https://www.nh-hotels.com/corporate/assets/uploads/2021/07/cuentas_anuales_2019_esp_0.pdf

NH Hotel Group. (2023) <https://www.nh-hotels.com/corporate/assets/uploads/2024/02/12125557/NH-Hotel-Group-EINF-2023-Memoria-de-Sostenibilidad.pdf>

ONU Turismo. (9 de 5 de 2023). *ONU Turismo*. Recuperado el 3 de 5 de 2024, de <https://www.unwto.org/>

Pinillos, A. A., & Fernández, J. L. (2011). De la RSC a la sostenibilidad corporativa. *Harvard Deusto Business Review*, 6. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60981510/De_la_RSC_a_la_sostenibilidad_corporativa20191022-64723-1b52did.pdf?1571737154=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDe_la_RSC_a_la_sostenibilidad_corporativ.pdf&Expires=1705967350&Signature=GTX4

Riu Hotels. (2022). *Riu Hotels & Resorts*. Obtenido de <https://www.riu.com/blog/te-invitamos-a-conocer-algunos-de-los-proyectos-con-los-que-colaboramos-para-garantizar-el-bienestar-de-la-infancia/>

RIU Hotel & Resort. (2019). *Informe de RSC*.

Romero, J. M. (2015). *Repositorio Universidad de Extremadura*. Obtenido de https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/3802/6/TDUEX_2015_Mari%C3%B1o_Moreno.pdf

Sanmiguel, B. I. (Diciembre de 2021). *Repositorio Universidad Pontificia de Comillas*. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/68070/TFM001711.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

TURESPAÑA. (2016). *TURESPAÑA*. Obtenido de <https://www.tourspain.es/export/sites/tourspain/.content/pdf/memorias/memoria-tuerspana-2016.pdf>

STANDARDS, G. (2021). Fundamentos GRI. *Global Reporting* , 4.

Vázquez, L. M. (2022). *Universidad de Sevilla* .

Wiggins, R., Piontek, T., & Metrick, A. (14 de 10 de 2014). Social Science Research Network. (Y. S. Mangement, Ed.) Recuperado el 1 de 4 de 2024, de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2588531