



**Universitat de les  
Illes Balears**

Facultat d'Economia i Empresa

**Memòria del Treball de Fi de Grau**

# Políticas de Responsabilidad Social Corporativa aplicadas por las principales cadenas hoteleras de las Islas Baleares.

Cristófol Barceló Perelló

**Grau de Administració d'Empreses**

Any acadèmic 2018-19

DNI de l'alumne: 43195513H

Treball tutelat per Antoni Serra Cantallops  
Departament d'economia de l'empresa

S'autoritza la Universitat a incloure aquest treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació	Autor		Tutor	
	Sí	No	Sí	No
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Paraules clau del treball:

Responsabilidad Social Corporativa, Cadenas Hoteleras, Turismo Sostenible, Políticas de sostenibilidad.

## Índice de contenidos

---

<b>Índice de tablas, gráficos y figuras</b> .....	<b>2</b>
<b>1. Resumen</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1 Abstract</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>3. Objeto del trabajo</b> .....	<b>5</b>
<b>4. Descripción de la metodología utilizada</b> .....	<b>6</b>
<b>5. Desarrollo del trabajo</b> .....	<b>7</b>
<b>5.1 Marco conceptual</b> .....	<b>7</b>
5.1.1 Definición de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).....	7
5.1.2 La RSC en el sector turístico .....	9
5.1.3 Sector turístico balears .....	10
5.1.4 Turismo Sostenible .....	14
<b>5.2 Prácticas de RSC en Melià Hotels International, Iberostar Group, Barceló Hotels y Riu Hotels</b> .....	<b>17</b>
<b>5.3 Conclusiones Stakeholders</b> .....	<b>28</b>
<b>5.4 Conclusión</b> .....	<b>31</b>
<b>5.5 Bibliografía</b> .....	<b>32</b>

## Índice de tablas, gráficos y figuras

---

• <b>Tabla 1: Pasajeros llegados por vía aérea según país a las Islas Baleares</b> .....	<b>10</b>
• <b>Tabla 2: Número de afiliados a la Seguridad Social por sector de actividad, período e isla (2016-2017)</b> .....	<b>12</b>
• <b>Tabla 3: Políticas de RSC según stakeholder y cadena</b> .....	<b>17</b>
• <b>Tabla 4: Proyectos y compromisos adheridos por las compañías hoteleras</b> .....	<b>27</b>
• <b>Gráfico 1: Evolución mensual de los pasajeros por tipo de tránsito en las Islas Baleares (2015)</b> .....	<b>11</b>
• <b>Gráfico 2: Evolución mensual de los pasajeros por tipo de tránsito en las Islas Baleares (2017)</b> .....	<b>11</b>

## 1. Resumen

---

El sector hotelero en los últimos años ha desempeñado un papel clave en la introducción de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el sector turístico. La creciente preocupación por mejorar la relación entre los diferentes grupos de interés (también llamados Stakeholders) ha llevado a que se apliquen políticas y realicen mejores prácticas entre ellos. Se ha podido observar que la aplicación de estas prácticas ha llevado a una mejora tanto social como económica hacia el sector. Tanto es así, que la buena aplicación de estas políticas de Responsabilidad Social por parte de las empresas del sector hotelero puede aportarles una ventaja competitiva referente a las empresas que no realizan una buena política de Responsabilidad Social.

En un mercado tan cambiante y una sociedad cada vez más informada, los clientes del sector hotelero aprecian estas políticas de Responsabilidad Social y de alguna manera premian a aquellas que realizan una buena práctica.

En el transcurso de este trabajo, iremos entrando en materia turística, revisando los datos del turismo de las Islas Baleares, el turismo sostenible y podremos observar como las principales cadenas hoteleras de las Islas Baleares aplican sus políticas de RSC con sus grupos de interés y así poder ver la comparativa de información publicada por cada cadena hotelera e informarnos de cómo es su comunicación, concienciación, sensibilización y objetivo sobre esta materia.

### 1.1 Abstract

---

The hotel sector in recent years has played a key role in introducing the Corporate Social Responsibility (CSR) at the tourism industry. The growing concern for improving the relation between the stakeholders has led to implement better practices among them. It could be observed that the application of this practices has led to a social and economic improvement to the sector. So much so, that the good application of these Social Responsibility policies by hotel sector companies can provide them a competitive edge regarding the companies that do not carry out a good policy of Responsibility Social.

In a fast-changing market and a society that is increasingly well informed, customers of the hotel sector appreciate these Social Responsibility policies and somehow, they reward those that realize good practices.

In the course of this academic work, we will go into tourist matters, reviewing the tourism data of the Balearic Islands, sustainable tourism and we will be able to observe how the main hotel chains of the Balearic Islands apply their CSR policies with their stakeholders in order to be able to see the comparative information published by each hotel chain and to inform us about their communication, awareness and objective on this subject.

## 2. Introducción

---

El turismo en España ha ido en aumento llegando a máximos históricos en los últimos años, dada la importancia de este sector en la economía de nuestro país cada vez más resulta indiscutible no prestarle atención. La creciente preocupación por las masificaciones turísticas, los residuos, los recursos utilizados, el medio ambiente, los puestos de trabajo, etc. hace que la preocupación por parte de los stakeholders y el gobierno hacia las empresas turísticas aumente. Por lo que resulta indiscutible no prestarle la atención necesaria.

Cada vez más, la Responsabilidad Social ha sido un tema de gran interés e importancia en el sector turístico principalmente en las cadenas hoteleras. Muchas empresas del sector realizan prácticas de Responsabilidad Social y son un punto muy importante dentro de la gestión de la empresa y más aún en nuestra comunidad autónoma donde los recursos son escasos y dependemos del exterior.

En los últimos años se han ido realizando estudios sobre implementación, comunicación, gestión, marketing y sostenibilidad de políticas de RSC en las cadenas hoteleras, por eso resulta de gran importancia estudiar las acciones que realizan las cadenas de las Islas Baleares ya que estas tienen una fuerte vinculación con la sociedad de las islas y así poder llegar entender el motivo e interés que tienen los hoteleros al realizar este tipo de prácticas.

### 3. Objeto del trabajo

---

El trabajo presente se centra en realizar un análisis, búsqueda y revisión de los siguientes objetos de estudio:

- Definición de RSC.
- La RSC en el sector turístico.
- Sector turístico de las Islas Baleares
- Turismo sostenible
- Prácticas de RSC en las 4 principales cadenas hoteleras de las Islas Baleares con sus stakeholders.
- Diferenciar los distintos ámbitos en la que se aplican las políticas de RSC.

Con todo esto, se quiere llegar al estudio de la importancia que tiene la RSC en las empresas hoteleras, poder comparar las distintas políticas aplicadas con los stakeholders, analizar la información que tiene publicada cada compañía en sus webs y diferenciar a que stakeholder le dan más importancia y se le aplican más políticas de RSC.

#### 4. Descripción de la metodología utilizada

---

Para la elaboración de este trabajo se ha realizado un análisis de contenidos de las políticas de responsabilidad social corporativa aplicadas por las cuatro principales cadenas hoteleras de las Islas Baleares. Para llevar a cabo este análisis y poder comparar las distintas actuaciones se ha elaborado un trabajo de campo analizando la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa en el ámbito empresarial, la importancia de la RSC en el turismo, el turismo sostenible y la comparación de información publicada sobre RSC que tienen las cadenas hoteleras en sus paginas web corporativas.

La elección de las compañías que se iban a estudiar y analizar se ha realizado centrandolo el interés en las compañías con origen en las Islas Baleares y que tenían mayor volumen de negocio.

Las cadenas hoteleras que han sido seleccionadas para el estudio son las siguientes:

- Melià Hotels Internatinal (también MHI)
- Barceló Hotels
- Iberostar Group
- Riu Hotels

La obtención de información sobre políticas de RSC que aplican cada compañía se ha realizado a través de la información publicada en sus páginas web corporativas y también en la página de sus fundaciones que tienen alguna de ellas.

Para la selección de los stakeholders o grupos de interés se ha optado coger como referencia aquellos con los que se relaciona la cadena hotelera Melià Hotels Internatinal ya que es la única empresa que cotiza en bolsa y por eso se ha decidido la elección de esta.

Los stakeholders que se van a analizar en este trabajo son los siguientes:

- Empleados
- Socios y propietarios
- Accionistas e inversores
- Clientes
- Sociedad y comunidad
- Administraciones públicas
- Prensa y medios
- Proveedores

## 5. Desarrollo del trabajo

---

### 5.1 Marco conceptual

---

A continuación, vamos a entrar en materia de RSC, su importancia, el turismo en Baleares y el turismo sostenible para así entender más porque las empresas deciden aplicar este tipo de políticas mas allá de las obligatorias por ley.

#### 5.1.1 Definición de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

---

Para una primera introducción en el tema es de gran interés empezar por la definición de la Responsabilidad Social Corporativa.

“La Responsabilidad Social Corporativa se puede definir como el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos.” (Gonzalez & Martinez, 2003)

La aplicación de la responsabilidad social en el ámbito empresarial supone la adhesión e integración en la gestión y operativa de la empresa de las preocupaciones de ámbito social, laboral, medio ambiental y de derechos humanos, así como también la aplicación de estas prácticas con sus stakeholders. (Gonzalez & Martinez, 2003)

Esta responsabilidad abarca más que el ámbito legal establecido y la obtención de resultados a corto plazo. Supone un plan estratégico que abarca la toma de decisiones y operaciones de toda la organización creando valor a largo plazo y creando ventajas competitivas duraderas. (Lizcano & Moneva, 2004)

El Marco Conceptual según (Lizcano & Moneva, 2004) define la responsabilidad social corporativa por medio de tres párrafos:

La RSC es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medioambiente, desde su compromiso social y su comportamiento responsable hacia las empresas y grupos sociales con quienes se interactúa.

La RSC centra su atención en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés a través de determinadas estrategias, cuyos resultados han de ser medidos, verificados y comunicados adecuadamente.

La RSC va más allá del mero cumplimiento de la normativa legal establecida y de la obtención de resultados exclusivamente económicos a corto plazo. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor en el

largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.



### 5.1.2 La RSC en el sector turístico

---

El sector turístico es una de las actividades más importantes de la economía española, su aportación al PIB y al empleo confirman que es el primer sector productivo de la economía. (Canela, 2015). Por eso la RSC es muy importante en el ámbito turístico ya que se sobre estas políticas se conduce al desarrollo sostenible de los destinos. (Cantallops & Miranda, La práctica de la responsabilidad social empresarial. Estudio de caso en el sector turístico, 2013). Las prácticas de RSC no deben ser una actividad auxiliar, sino que deben estar integradas en la estrategia de la empresa. (Ruiz, 2013)

“El turismo español se afronta a cambios en el mercado y a la aparición de nuevos requerimientos que obligan a revisar las bases para el mantenimiento de su competitividad y su desarrollo sostenible en todos los niveles (social, económico y ambiental).” (Canela, 2015).

Aunque hay tres aspectos importantes adicionales a los mencionados a tener en cuenta en el sector hotelero: la gestión de recursos humanos, los impactos en las comunidades locales y la intensa competencia de la industria. (Cantallops A. S., Miranda, Cardona, & Cunill, 2018)

La inseparabilidad de la prestación de servicios y consumo que se lleva a cabo en los hoteles hace que los empleados sean un punto clave para la satisfacción de los clientes y la calidad y experiencia de los servicios, por eso es de gran interés la aplicación de políticas de RSC en la gestión de recursos humanos; por otra parte hay que tener en cuenta el impacto que crean los hoteles en la comunidad donde se establecen, a veces a los impactos medio ambientales se les da una menor importancia por la mejora socio económica que se ha establecido en la comunidad pero esto no debe de ser así ya que la protección del medio ambiente y la preservación del patrimonio cultural ayudaran a la competitividad hotelera y su sostenibilidad a largo plazo. (Cantallops A. S., Miranda, Cardona, & Cunill, 2018)

Además, hay que tener en cuenta la fuerte competitividad que hay en el sector hotelero por eso la aplicación de políticas de RSC puede ayudar a la diferenciación de las compañías como también mejorar su reputación e imagen. (Cantallops A. S., Miranda, Cardona, & Cunill, 2018)

Finalmente, en la actualidad, los turistas están más informados y son más conscientes de los problemas medioambientales que hay, por eso las empresas turísticas se han visto obligadas a establecer en su política estas preocupaciones; por eso la RSC es una buena forma de que las empresas comuniquen estos valores a sus consumidores. (Gabriela, Delia, & Remus Ion, 2016). Muchas de estas prácticas están vinculadas con el turismo sostenible del cual hablaremos en el punto 5.1.4.

### 5.1.3 Sector turístico balears

El sector turístico en las Baleares ha sufrido grandes cambios con el paso de los años, para poder tener una visión de la situación actual del turismo en las Islas Baleares vamos a llevar a cabo un análisis de distintos indicadores y factores que han afectado a esta evolución.

Los siguientes indicadores han sido extraídos del Anuario 2017 del turismo de las Islas Baleares donde se refleja el cambio de modelo turístico que se inició en el 2015 con el objetivo de apostar por un turismo sostenible y responsable.

#### **Pasajeros llegados a las Islas Baleares**

A continuación, vamos a analizar la evolución de pasajeros llegados vía aérea por país a las Islas Baleares desde el 2011 hasta el 2017.

**Tabla 1: Pasajeros llegados por vía aérea según país a las Islas Baleares**

PAÍS PAÍS COUNTRY	PASSATGERS/ PASAJEROS/ PASSENGERS						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Espanya/ España/ Spain	4.974.578	4.586.980	4.145.023	4.327.614	4.756.840	5.024.209	5.445.888
EEE/ EEE/ EEA *	10.343.227	10.644.292	11.203.367	11.468.210	11.649.400	13.241.200	14.037.640
Alemania/ Alemania/ Germany	4.215.634	4.303.485	4.489.241	4.519.432	4.425.300	4.951.890	5.076.212
Àustria/ Austria/ Austria	245.779	238.802	230.473	242.028	243.263	253.842	239.959
Bèlgica/ Bélgica/ Belgium	136.478	149.847	155.027	208.091	237.615	244.128	235.642
Bulgària/ Bulgaria/ Bulgaria	8.092	8.505	7.685	7.720	6.743	6.863	7.857
Dinamarca/ Dinamarca/ Denmark	172.367	210.534	221.042	224.768	228.555	273.197	304.934
Eslovàquia/ Eslovaquia/ Slovakia	32.912	21.972	21.498	14.464	16.095	18.266	22.068
Eslovènia/ Eslovenia/ Slovenia	1.363	1.593	1.276	796	9	6	16
Estònia/ Estonia/ Estonia	864	777	1.245	910	891	1.042	908
Finlàndia/ Finlandia/ Finland	19.789	35.937	55.574	46.478	41.098	43.516	66.945
França/ Francia/ France	332.996	365.313	370.447	399.550	446.983	510.322	572.453
Grècia/ Grecia/ Greece	268	167	210	481	276	1.633	419
Hongria/ Hungría/ Hungary	9.046	8.260	8.780	8.912	9.855	14.389	14.905
Irlanda/ Irlanda/ Ireland	121.396	139.583	137.918	124.448	123.581	143.087	148.529
Islàndia/ Islandia/ Iceland	9	1.525	2	779	10.662	3.582	1.643
Itàlia/ Italia/ Italy	594.573	554.871	537.300	598.946	622.578	721.192	765.520
Letònia/ Letonia/ Latvia	1	183	16	2.052	1.939	2.146	2.550
Liechtenstein/ Liechtenstein/ Liechtenstein					0	0	2.307
Lituània/ Lituania/ Lithuania	1.769	11.844	15.546	13.747	13.389	14.907	20.949
Luxemburg/ Luxemburgo/ Luxembourg	32.162	34.134	39.511	36.708	47.808	51.142	43.339
Malta/ Malta/ Malta	38	356	15	31	161	165	92
Noruega/ Noruega/ Norway	124.675	175.565	190.195	178.558	148.668	178.595	201.200
Països Baixos/ Países Bajos/ The Netherlands	242.189	253.811	293.621	332.014	353.397	489.223	571.629
Polònia/ Polonia/ Poland	58.693	63.484	71.255	61.679	75.038	103.618	121.445
Portugal/ Portugal/ Portugal	148.118	129.295	95.467	79.800	85.406	72.602	64.312
Regne Unit/ Reino Unido/ United Kingdom	3.185.504	3.224.325	3.485.273	3.512.753	3.619.668	4.108.322	4.418.418
República Txeca/ República Checa/ Czech Republic	36.185	37.477	39.208	42.221	51.164	68.609	69.729
Romania/ Rumania/ Romania	11.805	14.237	13.090	13.146	5.648	6.383	8.761
Suècia/ Suecia/ Sweden	195.145	225.751	251.039	262.770	273.219	340.272	384.157
Suïssa/ Suiza/ Switzerland **	415.370	432.987	471.408	534.928	560.381	618.233	670.725
Xipre/ Chipre/ Cyprus	7	4	5		10	28	17
Altres/ Otros/ Others	96.124	115.393	135.938	120.912	70.905	98.234	108.521
<b>TOTAL</b>	<b>15.413.925</b>	<b>15.346.665</b>	<b>15.484.328</b>	<b>15.916.736</b>	<b>16.477.145</b>	<b>18.363.643</b>	<b>19.592.049</b>

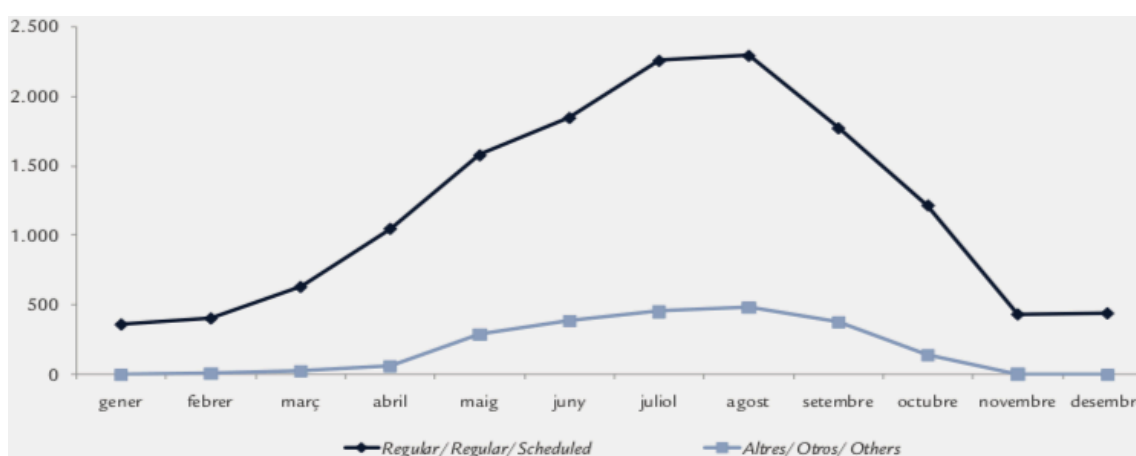
Fuente: Anuario del Turismo de las Islas Baleares 2017, AETIB, CAIB

(\*) Espacio Económico Europeo

(\*\*) Suiza no forma parte del Espacio Económico Europeo (EEE), pero se incluye debido a la importancia del número de pasajeros procedentes de este país

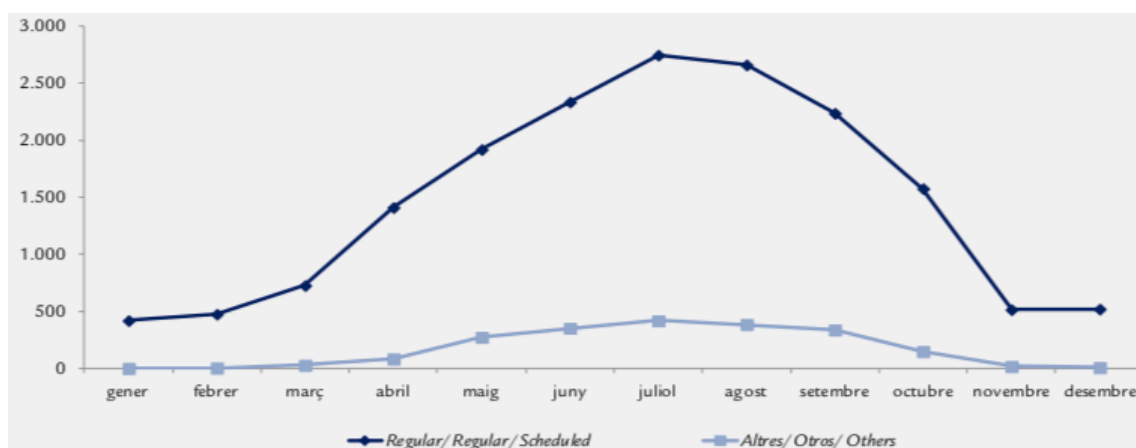
Como podemos observar el número de pasajeros ha ido en aumento casi en todos los países liderando la llegada de pasajeros españoles, alemanes, del Reino Unido, italianos y suizos. Hay una gran variación de llegada de número de pasajeros entre los tres primeros países (España, Alemania y Reino Unido) y el cuarto (Italia), pasa de casi 4,5M de pasajeros (Reino Unido) a 766.000 aprox. (Italia). Durante todos los años los países con más llegadas han sido España, Alemania y Reino Unido, aunque en los 3 últimos años se puede observar que el país líder ha sido España, en los años anteriores Alemania lideraba el ranking. Este cambio puede ser debido por la tendencia hotelera de aumentar el turismo nacional y de calidad para ofrecer un turismo distinto al de sol y playa.

**Gráfico 1: Evolución mensual de los pasajeros por tipo de tránsito en las Islas Baleares (2015)**



Fuente: Anuario del Turismo de las Islas Baleares 2015, AETIB, CAIB

**Gráfico 2: Evolución mensual de los pasajeros por tipo de tránsito en las Islas Baleares (2017)**



Fuente: Anuario del Turismo de las Islas Baleares 2017, AETIB, CAIB

Comparando los dos gráficos anteriores se puede observar la estacionalidad turística característica que hay en las Islas Baleares que se centra en los meses de verano, en comparación con el 2015 en el 2017 se observa como la fluctuación entre temporadas es mas suavizada y no tan brusca a lo que se debe

principalmente al intento de desestacionalización del turismo, gracias a esto la temporada turística empieza antes y termina más tarde.

La estacionalidad turística es la fluctuación de en la llegada de turistas que experimenta un destino. La estacionalidad en las islas fue causada por el turismo de masas de la década de los años sesenta donde se promovió el turismo de sol y playa. El clima es el principal factor que influye en esta estacionalidad por eso el turismo de las Baleares tiene una gran dependencia del clima.

A pesar de que el turismo se centre en el sol y playa han surgido productos emergentes para hacer frente a esta estacionalidad. Estos productos (ciclo turismo, golf, senderismo, náutica, cultural, etc) han contribuido, principalmente el ciclo turismo, a contener ligeramente la estacionalidad favoreciendo la llegada de turistas durante la temporada media y baja. (Ramis & Llinàs, 2014). Podemos decir que gracias a estos productos emergentes en el gráfico del 2017 las caídas son ligeramente mas suavizadas.

## Número de afiliados a la Seguridad Social

**Tabla 2: Número de afiliados a la Seguridad Social por sector de actividad, período e isla (2016-2017)**

**Nombre d'afiliats a la Seguretat Social per sector d'activitat, període i illa (2016-2017)**  
 Número de afiliados a la Seguridad Social por sector de actividad, período e isla (2016-2017)  
 Number of people registered with Social Security by activity sector per period and island (2016-2017)

SECTOR TURÍSTIC SECTOR TURÍSTICO TOURISM SECTOR	MALLORCA		MENORCA		EIVISSA		FORMENTERA		ILLES BALEARS	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Trimestre 1/ Trimestre1/ Quarter 1	82.317	85.863	4.664	4.795	11.297	12.559	839	798	99.328	104.237
Trimestre 2/ Trimestre2/ Quarter 2	132.595	141.419	11.705	12.217	36.278	38.125	3.431	3.693	184.307	195.746
Trimestre 3/ Trimestre3/ Quarter 3	125.133	137.585	9.472	11.069	31.564	36.089	2.679	3.177	169.148	188.220
Trimestre 4/ Trimestre 4/ Quarter 4	59.565	62.304	3.709	3.876	9.138	9.623	570	671	73.198	76.697
SERVEIS D'ALLOTJAMENT SERVICIOS DE ALOJAMIENTO ACCOMMODATION SERVICES	MALLORCA		MENORCA		EIVISSA		FORMENTERA		ILLES BALEARS	
Trimestre 1/ Trimestre1/ Quarter 1	26.629	28.555	1.156	1.256	3.104	4.014	234	259	31.146	34.108
Trimestre 2/ Trimestre2/ Quarter 2	53.865	58.292	4.076	4.246	13.579	14.409	939	1.003	72.485	77.974
Trimestre 3/ Trimestre3/ Quarter 3	50.459	56.759	3.311	3.946	11.885	13.791	875	957	66.554	75.478
Trimestre 4/ Trimestre 4/ Quarter 4	10.901	11.970	484	538	1.994	2.142	155	173	13.556	14.844
SERVEIS DE MENJARS I BEBIDES SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS FOOD & BEVERAGE SERVICES	MALLORCA		MENORCA		EIVISSA		FORMENTERA		ILLES BALEARS	
Trimestre 1/ Trimestre1/ Quarter 1	30.695	30.960	2.169	2.172	5.458	5.601	417	355	38.869	39.221
Trimestre 2/ Trimestre2/ Quarter 2	44.965	47.244	5.224	5.485	15.562	16.199	1.928	2.116	67.866	71.220
Trimestre 3/ Trimestre3/ Quarter 3	42.158	45.705	4.079	4.828	13.175	14.985	1.316	1.680	60.916	67.371
Trimestre 4/ Trimestre 4/ Quarter 4	25.829	26.477	1.950	2.031	4.488	4.654	268	328	32.666	33.628
TRANSPORT DE PASSATGERS TRANSPORTE DE PASAJEROS PASSENGER TRANSPORTATION	MALLORCA		MENORCA		EIVISSA		FORMENTERA		ILLES BALEARS	
Trimestre 1/ Trimestre1/ Quarter 1	11.228	11.772	595	582	1.510	1.601	91	90	13.442	14.062
Trimestre 2/ Trimestre2/ Quarter 2	15.563	16.512	1.058	1.106	3.939	4.117	210	208	20.797	21.966
Trimestre 3/ Trimestre3/ Quarter 3	15.207	16.304	962	1.057	3.665	4.035	188	204	20.047	21.626
Trimestre 4/ Trimestre 4/ Quarter 4	9.748	10.181	526	523	1.449	1.545	78	77	11.817	12.344
ALTRES ACTIVITATS TURÍSTIQUES OTRAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS OTHER TOURISM ACTIVITIES	MALLORCA		MENORCA		EIVISSA		FORMENTERA		ILLES BALEARS	
Trimestre 1/ Trimestre1/ Quarter 1	13.765	14.576	744	785	1.225	1.343	97	94	15.871	16.846
Trimestre 2/ Trimestre2/ Quarter 2	18.202	19.371	1.347	1.380	3.198	3.400	354	366	23.159	24.586
Trimestre 3/ Trimestre3/ Quarter 3	17.309	18.817	1.120	1.238	2.839	3.278	300	336	21.631	23.745
Trimestre 4/ Trimestre 4/ Quarter 4	13.087	13.676	749	784	1.207	1.282	69	93	15.159	15.881

Fuente: Anuario del Turismo de las Islas Baleares 2017, AETIB, CAIB

En la tabla anterior se puede ver que el número de trabajadores también va en aumento con los años lo que indica que el turismo esta en crecimiento año tras año ofreciendo nuevos puestos de trabajo.

Referente al 2018 los datos anuales indican que la economía de las islas baleares mantiene su dinamismo y se encuentra en una situación de mas fortaleza que sus competidores turísticos. Una muestra de esto es la tasa de crecimiento del tercer trimestre que es del 2,6%. El turismo es el motor principal ya que ha conseguido incrementar los precios y la rentabilidad. (El moment económic de les Illes Balears, 2019)

#### 5.1.4 Turismo Sostenible

---

El modelo turístico tradicional ha afectado de forma directa y agresiva en el entorno en el que se ha desarrollado, lo que ha causado que la imagen del turismo se vea afectada de forma negativa y perjudicial para el medio ambiente. Esto a provocado un cambio en el modelo turístico tradicional en el cual se introducen políticas de sostenibilidad. Los turistas también han aumentado su sensibilidad hacia estos factores y gracias a esto el medio ambiente ha pasado a ser un factor indispensable a tener en cuenta en las empresas turísticas, provocando que el turismo haya pasado a ser un principal defensor del medio ambiente. (Jimenez, 2006)

El turismo sostenible según la Organización Mundial del Turismo (OMT) es “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. (Organización Mundial del Turismo)

La Organización Mundial del Turismo propone tres puntos para que el turismo sea sostenible:

- 1- Utilización óptima de los recursos medioambientales.
- 2- Respetar y conservar la cultura de los lugares donde se han posicionado.
- 3- Viabilidad a largo plazo de las actividades que establecen, reportando un beneficio socioeconómico entre los agentes que intervienen.

Para el desarrollo de este tipo de turismo es necesario que intervengan todos los agentes relevantes para su consecución como también el apoyo político para que se consiga una colaboración más amplia y llegar a un consenso común. El logro de esto será posible siempre que se lleve un seguimiento constante para poder corregir posibles errores e introducir nuevas medidas necesarias. Es esencial que los turistas también sientan esta implementación de turismo sostenible para que sean conscientes de los problemas de sostenibilidad, que fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles, lo valoren de forma positiva y que de alguna forma premien este tipo de turismo. (Organización Mundial del Turismo)

En el 2017 con motivo del Año Internacional del turismo sostenible para el desarrollo, el Gobierno de las Islas Baleares ha creado una serie de directrices y objetivos que tienen como principal finalidad la competitividad sostenible. “Una competitividad basada en un modelo turístico conforme a los principios generales de la sostenibilidad, el crecimiento económico inclusivo y sostenible; la reducción de la pobreza y la generación de bienestar; el uso eficiente de los recursos, protección ambiental, lucha contra el cambio climático y equilibrio territorial; los valores culturales, diversidad y patrimonio; la comprensión mutua, paz y seguridad.” (Estrategia de turismo sostenible para las Islas Baleares 2017-2020, 2017)

Los objetivos generales de estas directrices creadas por el Gobierno Balear según (Estrategia de turismo sostenible para las Islas Baleares 2017-2020, 2017) son:

1. Generar desarrollo sostenible de la actividad turística de las Islas Baleares.
2. Definir estrategias y políticas para compatibilizar la industria turística con la protección del medio ambiente y la calidad de vida de la población residente.
3. Establecer un modelo, en cada una de las Islas Baleares, de desarrollo turístico sostenible, viable, equitativo e igualitario que, de acuerdo con la definición de la Organización Mundial del Turismo:
  1. Procure un uso óptimo de los recursos ambientales (elemento fundamental para el turismo) que mantenga los procesos ecológicos esenciales y ayude a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
  2. Respete la autenticidad sociocultural de cada isla, conserve sus activos culturales vivos y sus valores tradicionales, así como contribuya al entendimiento y la tolerancia intercultural.
  3. Asegure una actividad económica viable a largo plazo, que reporte beneficios socioeconómicos bien distribuidos y suficientes a todos los agentes y que potencie la generación de empleo estable y de calidad, fomentando el principio de igualdad entre hombres y mujeres.
4. Impulsar productos turísticos que pongan en valor los recursos naturales, culturales, territoriales, tradicionales y paisajísticos de las Islas Baleares potenciando la autenticidad de las experiencias turísticas y nuestra singularidad cultural, a la vez que se complementan y generan sinergias entre segmentos y productos en favor de la calidad del destino y la implicación de la comunidad local en la experiencia turística.
5. Vincular la sostenibilidad al desarrollo de un modelo turístico basado en la gestión integral de la calidad y la innovación.
6. Dar un mayor impulso a mecanismos de participación colaborativa con la ciudadanía y entre los actores implicados en el turismo, a través de un diálogo constructivo y argumentado que favorezca en el primer caso la colaboración público-privada y, en el segundo, el proceso participativo de la ciudadanía en favor de un mayor reconocimiento social del turismo.
7. Transmitir que la actividad turística no debe ir necesariamente acompañada de un proceso de desnaturalización o banalización de la singularidad de las Islas Baleares; la actividad turística bien enfocada puede ser un elemento potenciador de nuestra identidad y difusor de nuestra cultura, por lo tanto, puede ayudar a preservarla a la vez que la damos a conocer. (Estrategia de turismo sostenible para las Islas Baleares 2017-2020, 2017)

Con estos objetivos quieren promover la sostenibilidad integral, evitar concentraciones elevadas que afecten negativamente al ecosistema, fortalecer

la cooperación, contribuir a la desestacionalización de la demanda y empleo, buscar la complementariedad entre los diferentes segmentos, conseguir la excelencia y calidad de las marcas turísticas de las Islas Baleares, impulsar a la innovación e investigación, favorecer la rehabilitación de los destinos maduros, promover la sostenibilidad y la sostenibilidad social. ( Estrategia de turismo sostenible para las Islas Baleares 2017-2020, 2017)



## 5.2 Prácticas de RSC en Melià Hotels International, Iberostar Group, Barceló Hotels y Riu Hotels

---

A continuación, se hará una revisión de las políticas de RSC y código ético que aplican las 4 principales cadenas hoteleras de las Islas Baleares con sus stakeholders para poder realizar una comparativa de estas.

En la actualidad, es necesario que las políticas que aplican las cadenas hoteleras sobre RSC vayan en concordancia con su estrategia empresarial. Las empresas ya no solo deben preocuparse por sus propietarios o accionistas, sino que deben ir más allá y por eso se incluyen los stakeholders en sus políticas de actuación ya que al ser partes interesadas y estar vinculados con la empresa pueden tener un efecto importante en su reputación, imagen y rendimiento. (Acuña, A. P, 2012)

Las empresas están cada vez más comprometidas y buscan mostrar que su comportamiento responsable va más allá de la empresa para así poder diferenciarse de sus competidores y mejorar su posición. (Acuña, A. P, 2012)

Los stakeholders según (Freeman, 1984) son cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la empresa.

A continuación, se va a analizar los siguientes: empleados, socios y propietarios, accionistas e inversores, clientes, sociedad y comunidad, administraciones públicas, prensa y medios, y proveedores.

**Tabla 3: Políticas de RSC según stakeholder y cadena**

Stakeholders/Cadenas	Melia Hotels internacional	Barceló Hotels	Iberostar Group	Riu Hotels
<b>Empleados</b>	<p>MHI busca ofrecer a sus empleados las mejores oportunidades de desarrollo profesional, pudiendo conciliar su trabajo con su vida familiar, todo esto desde la estabilidad que tiene MHI como empresa familiar y la solidez de un gran líder internacional. Los objetivos que tiene es la concienciación y sensibilización de los empleados sobre el reciclaje y la reducción de consumibles, recursos naturales y respetar la flora y fauna del destino donde están establecidos, defender la dignidad de las personas, la igualdad y asegurar un entorno laboral estable y seguro. La comunicación de MHI con sus empleados la realizan a través de: comité de empresa en los hoteles, encuestas de satisfacción, buzón del Código Ético, canal de denuncias, equipos de recursos humanos, portal del empleado, revistas internas y comunicaciones corporativas.</p>	<p>Barceló Hotels busca con sus políticas la integración de los empleados con el equipo directivo y brindarles oportunidades de promoción interna. Barceló apuesta por la promoción interna de contratación siempre que sea posible sin afectar al desarrollo de la empresa, también ofrece programas de formación continuados para así mejorar las habilidades de sus empleados. Todos los empleados de la empresa tienen que comprometerse de forma activa y responsable con la conservación del medio ambiente, respetando las exigencias legales, y siguiendo las pautas y procedimientos que establece el Grupo Barceló para reducir el impacto medioambiental de sus actividades.</p>	<p>Iberostar Group tiene como compromiso con sus empleados promover y desarrollar políticas que garanticen principios de equidad e igualdad de oportunidades y que permitan el desarrollo profesional en un entorno de calidad y seguridad en el trabajo. Con la aplicación de estas políticas quieren garantizar el cumplimiento de la legalidad y el respeto a los derechos humanos y laborales. La promoción profesional se rige por criterios de cualificación y rendimiento sin discriminación alguna. Apuesta por la conciliación de la vida laboral y familiar y ofrecer las mismas oportunidades a todos. Tiene el compromiso de ofrecer a sus empleados toda la información necesaria y medios para desempeñar su trabajo correctamente y que sean acordes con la responsabilidad del puesto.</p>	<p>Riu Hotels considera a sus empleados como su principal valor, por eso prioriza la formación y promoción interna para conseguir que sus empleados se desarrollen de manera personal y profesional. Riu garantiza un trato digno, justo y respetuoso que no permita la discriminación y ofreciendo igualdad de oportunidades. Cuenta con una política de retribuciones y beneficios sociales y uno de sus proyectos es una mayor formación de habilidades específicas, más cursos y formación sobre objetivos ECPAT.</p>

Stakeholders/Cadenas	Melia Hotels internacional	Barceló Hotels	Iberostar Group	Riu Hotels
	<p>MHI con sus socios y propietarios busca ofrecerles los mejores servicios para rentabilizar su inversión, gestionando con profesionalidad y seriedad.</p>	<p>No hay información publicada.</p>	<p>No hay información publicada.</p>	<p>No hay información publicada.</p>
<b>Socios y Propietarios</b>	<p>Apuesta por un modelo de gestión hotelero eficiente y sostenible por eso impulsa la alianza con socios referentes en materias tecnológicas, de I+D y economía circular para así poder desarrollar proyectos medioambientales y de beneficio social. La comunicación con sus socios y accionistas la realizan mediante la asistencia a órganos de gobierno, el portal del propietario y newsletters corporativas.</p>			

Stakeholders/Cadenas	Melià Hotels International	Barceló Hotels	Iberostar Group	Riu Hotels
<b>Accionista e Inversores</b>	<p>La política de MHI con los accionistas se compromete a gestionar la compañía siempre con transparencia, rigurosidad y buen gobierno para así lograr rentabilidad e incremento de valor a medio y largo plazo. Entre sus principios y objetivos se encuentran los siguientes: asegurar máxima fiabilidad, cumplir con las obligaciones en materia de transparencia en el mercado de valor, mantener una actitud proactiva en la identificación, prevención y mitigación de riesgos financieros, y poner a disposición de los accionistas e inversores información transparente, suficiente y veraz tanto financiera como no financiera.</p>	<p>Barceló Group tiene como responsabilidad la claridad y exactitud de todas sus operaciones económicas, deben representar una imagen fiel de la realidad y siempre estarán a disposición para su consulta. La información financiera debe ser clara y precisa de modo que los accionistas puedan tomar decisiones con la realidad.</p>	<p>Los accionistas son los principales impulsores de la Responsabilidad Social Corporativa en Iberostar, como medio para contribuir al desarrollo de una sociedad más justa y equitativa, con la empresa como motor de esta filosofía. Se compromete a procurar la información necesaria para que sus accionistas estén adecuadamente informados de la situación del grupo conforme a la normativa vigente. Asimismo, transmitirá en todo momento con transparencia, aquella información que sus accionistas razonablemente le soliciten con arreglo a la normativa vigente.</p>	<p>No hay información publicada.</p>

Stakeholders/Cadenas	Melia Hotels International	Barceló Hotels	Iberostar Group	Riu Hotels
<b>Cientes</b>	<p>MHI intenta ofrecer a sus clientes sus mejores experiencias personalizadas, superando sus expectativas con la excelencia de los mejores servicios. Sus valores son respetar la diversidad de raza, orientación sexual, estado civil, religión, discapacidad, género o cualquier otro factor evitando cualquier discriminación. Se comprometen a comunicar y comercializar sus productos y servicios de forma honesta y ética. La comunicación con los clientes es muy importante y por eso MHI utiliza encuestas de satisfacción, buzón de calidad, redes sociales, etc.</p>	<p>Las relaciones con sus clientes deben ser siempre conforme a criterios de consideración, respeto y dignidad, teniendo en cuenta la sensibilidad cultural de cada persona y no permitiendo discriminaciones por raza, religión, sexo, edad o cualquier otra condición personal.</p>	<p>El Grupo Iberostar consciente de la importancia de los clientes recoge e integra la visión de estos en las políticas de RSC como fórmula para que las buenas practicas implantadas redunden en beneficio de sus clientes. Además, velará por que la información que reciben, ofertas y publicidad sea veraz para así crear relaciones de confianza mutua con ellos.</p>	<p>No hay información publicada.</p>

Stakeholders/Cadenas	Melia Hotels International	Barceló Hotels	Iberostar Group	Riu Hotels
<b>Sociedad y Comunidad</b>	<p><b>Política de filantropía:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuir de forma activa a la construcción de una sociedad más justa y equitativa</li> <li>• Definir el marco de actuación en materia social.</li> <li>• Reforzar los planteamientos de prácticas anticorrupción.</li> <li>• Actuar como una palanca de mejora del reconocimiento y reputación de la compañía.</li> <li>• Buscar activamente la forma de generar prosperidad y desarrollo sostenible en las comunidades donde está presente, respetando y fomentando su cultura, tradiciones y valores, con una especial atención a la infancia y a los colectivos más vulnerables.</li> </ul>	<p>Barceló Hotels desarrolla su actividad turística bajo el principio de sostenibilidad del medio ambiente, lo que exige que se contraste la viabilidad de los proyectos desde el punto de vista de la preservación del entorno. Así pues, sus construcciones tratarán de integrarse lo mejor posible en el entorno, con el menor impacto visual y ambiental posible. Los hoteles ya operativos impulsarán todas aquellas iniciativas que contribuyan a preservar el medio ambiente, y darán ejemplo en el cuidado del entorno de dichos hoteles. Impulsarán actuaciones de servicio hacia las comunidades locales, en lo posible para contribuir a la mejora de calidad de vida. También se proponen contrastar la</p>	<p>Las políticas de RSC que aplica el Grupo Iberostar van destinadas al desarrollo de una sociedad más justa y equitativa, por lo que la cooperación con los agentes sociales y entidades son ejes de actuación fundamental para promover la RSC. Por el impacto que tiene su actividad en la sociedad Iberostar está comprometido con el seguimiento de las políticas de RSC para avanzar hacia la excelencia en la gestión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integración: Respetar, apoyar y promover la cultura, las normas y la conservación del entorno local.</li> <li>• Colaboración: Mantener un diálogo permanente con la comunidad local y los agentes sociales para conocer sus necesidades y contribuir a su progreso a través de comportamientos responsables.</li> <li>• Compras: Priorizar la adquisición de productos locales para reforzar el desarrollo económico y social de la comunidad, siempre que se garanticen los estándares de calidad, precio y los criterios sanitarios y de seguridad.</li> <li>• Empleo: Priorizar la contratación de personal local para favorecer el desarrollo de las sociedades donde la empresa está presente y el enriquecimiento de la diversidad cultural de nuestros equipos de trabajo.</li> </ul>

**Política Medioambiental:**

- Compromisos con el medioambiente y el entorno en el que viven las personas
- Lucha contra el cambio climático y el respeto por los recursos naturales presentes y futuros
- Implicar a sus grupos de interés, acercándoles un mensaje de corresponsabilidad en la protección de la biodiversidad y haciéndoles partícipes de los compromisos de Meliá.

viabilidad de los proyectos desde el engarce del negocio con la población local en la que se desarrolla la actividad, y de acuerdo con las disposiciones internacionales. Apuestan por la contratación de personal local, la formación profesional, la educación, la higiene y las oportunidades de desarrollo personal y profesional de los ciudadanos de la comunidad.

- Inversión social: Establecer una estrategia de colaboración con entidades sociales, a través de un procedimiento de análisis y valoración de solicitudes, que fomente la participación en las siguientes líneas de acción:
  - Iniciativas de apoyo comunitario
  - Proyectos de biodiversidad
  - Programas de salud infantil
  - Donaciones de habitaciones y servicios entorno local.





Stakeholders/Cadenas	Melia Hotels International	Barceló Hotels	Iberostar Group	Riu Hotels
<b>Administraciones Publicas</b>	<p>Su política de relación con las Administraciones públicas se basa en respetar las leyes y normas de los lugares donde la compañía está presente, manteniendo con todas las administraciones publicas una relación de transparencia y máxima colaboración.</p> <p>También colaboran con entidades y organizaciones gubernamentales o civiles en la difusión e impulso de estos principios fundamentales en su ámbito de influencia y de forma alineada con su posicionamiento.</p>	<p>Se relacionarán con las autoridades e instituciones públicas de forma lícita, ética, respetuosa y alineada con las disposiciones para la prevención de la corrupción y el soborno.</p>	<p>El Grupo Iberostar considera necesaria la cooperación con las administraciones públicas para establecer así sus políticas de RSC y poder contribuir a una sociedad más justa.</p>	<p>No hay información publicada.</p>

<b>Stakeholders/Cadenas</b>	<b>Melia Hotels International</b>	<b>Barceló Hotels</b>	<b>Iberostar Group</b>	<b>Riu Hotels</b>
<b>Prensa y Medios</b>	Su política intenta ofrecer toda la información que pueda ser relevante para los grupos de interés con criterios de transparencia, veracidad y oportunidad.	No hay información publicada.	No hay información publicada.	No hay información publicada.

Stakeholders/Cadenas	Melia Hotels International	Barceló Hotels	Iberostar Group	Riu Hotels
<b>Proveedores</b>	<p>Con sus proveedores intenta aportar la profesionalidad de la compañía y dimensión para construir relaciones duraderas basadas en la confianza, el respeto y el beneficio mutuo. Se compromete a impulsar su conocimiento entre socios y proveedores actuales y otros con los cuales la compañía establezca acuerdos de colaboración.</p> <p>Basar las relaciones con los proveedores en el beneficio mutuo y la confianza.</p> <p>Seleccionar a proveedores de manera equitativa, bajo criterios objetivos de negocio, evitando tratos de favor que distorsionen la libre competencia.</p>	<p>Se relaciona con sus proveedores de bienes y servicios de forma lícita, ética y respetuosa. La selección de los proveedores se regirá por criterios de objetividad y transparencia, conciliando el interés de la empresa a la obtención de las mejores condiciones, con la conveniencia de mantener relaciones estables con proveedores éticos y responsables.</p>	<p>Consciente de que los proveedores son una parte fundamental de la cadena de valor, estima esencial la integración de los mismos en las políticas de Responsabilidad Social Corporativa del Grupo Iberostar para el buen fin y una eficaz divulgación y sensibilización de la misma, y basa la elección de sus proveedores en criterios objetivos, técnicos y económicos. La información facilitada a los proveedores será veraz y tendente a crear relaciones basadas en la confianza mutua. El Grupo Iberostar espera de sus proveedores los mismos principios de comportamiento que exige a su organización. Por ello, comunica a sus proveedores lo que en este sentido espera de ellos.</p>	<p>Su política hacia los proveedores es la sensibilización de estos hacia la sostenibilidad.</p>

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por las compañías hoteleras analizadas.*

### 5.3 Conclusiones Stakeholders

---

Según se puede observar en la tabla anterior Melià Hotels International (MHI), Barcelo Hotels, Iberostar Group y Riu Hotels aplican diferentes políticas y prácticas de RSC con sus stakeholders, a continuación, se va a comparar la información obtenida y que prácticas realizan.

#### EMPLEADOS

Como se puede observar en la tabla las cuatro compañías hoteleras realizan prácticas parecidas con sus empleados, todas ellas brindan la posibilidad de formación, crecimiento interno, conciliación de la vida laboral y familiar, igualdad de oportunidades, respeto de los derechos de los trabajadores, etc. Como diferencia se puede encontrar que MHI y Barceló Hotels buscan la concienciación de sus trabajadores para la conservación del medioambiente del destino donde se establecen. Riu Hotels también se puede ver que forma parte de proyectos de conservación medioambiental pero no se puede verificar si hay alguna política que se aplique a los empleados. Para terminar con este stakeholder como diferenciación también se encuentra que MHI tiene distintos canales de comunicación con sus empleados donde pueden comunicarse con la empresa ante cualquier duda o incidencia que tengan, a parte de ofrecer a sus empleados información corporativa de la empresa mediante revistas o informes internos.

#### SOCIOS Y PROPIETARIOS

La única cadena hotelera que ofrece información sobre sus actuaciones con los socios y propietarios es Melià Hotels International, las otras cadenas no tienen publicada ninguna política o código que haga referencia a estos por lo que no se puede realizar una comparación entre ellas.

Melià Hotels International tiene en sus políticas de responsabilidad un apartado sobre socios en el que busca aplicar políticas que rentabilicen la inversión de estos buscando alianzas con socios tecnológicos y también dentro de esta política también la comunicación y veracidad de los informes de la empresa.

#### ACCIONISTAS E INVERSORES

Melià Hotels International, Barcelo Hotels e Iberostar Group ofrecen información sobre sus políticas y responsabilidad con los accionistas e inversores, en cambio Riu Hotels no tiene ninguna documentación sobre estos.

Las tres cadenas hoteleras que ofrecen información podemos decir que tienen una política de responsabilidad parecida entre ellas, buscan la claridad, transparencia y exactitud de sus estados financieros ofreciéndolos siempre que sea necesario a sus accionistas, para así identificar o prevenir posibles riesgos financieros.

## CLIENTES

Melià Hotels International, Barcelo Hotels e Iberostar Group ofrecen información sobre sus políticas y responsabilidad con los clientes, en cambio Riu Hotels no tiene ninguna documentación sobre estos.

Las tres cadenas que ofrecen información son bastante semejantes entre sí, buscan el respeto de sus clientes y la no discriminación de estos por ninguna condición, además de ofrecer sus productos de manera ética y veraz para crear un vínculo entre empresa y clientes.

## SOCIEDAD y COMUNIDAD

Como se puede observar en la tabla, la sociedad y la comunidad son el stakeholder donde las cadenas hoteleras aplican más políticas de RSC.

Las cuatro cadenas hoteleras colaboran con la sociedad y comunidad donde se establecen buscando mantener una estrecha relación con los locales. Las compañías apuestan por el desarrollo de las comunidades de sus destinos turísticos apoyando su cultura local, sus costumbres y priorizando la contratación de personal local, apuestan por políticas anticorrupción y por iniciativas y proyectos de sostenibilidad local.

Melià Hotels International aplica dos tipos de políticas para la sociedad y comunidad: la política filantrópica y la política medioambiental. Con la política filantrópica MHI busca la mejora y colaboración con la sociedad, apoyando las comunidades locales y contribuyendo a la creación de una sociedad más justa e igualitaria. Con la política medioambiental busca la sostenibilidad de la flora y fauna del destino, lucha contra el cambio climático e intenta implicar a todos los grupos de interés con la sostenibilidad de la biodiversidad local.

Barceló Hotels, Iberostar Group y Riu Hotels en cambio no diferencian ni tienen dos tipos diferentes de políticas para la sociedad y comunidad, sino que lo engloban todo en la misma política, lo que puede hacer que haya mas dificultad a la hora de aplicación de estas prácticas. Las tres cadenas igual que MHI apuestan por políticas similares y forman parte de distintos proyectos de beneficio social y comunitario, a continuación, podemos ver a que proyectos están adheridos:

**Tabla 4: Proyectos y compromisos adheridos por las compañías hoteleras**

Compromiso / Cadenas	Melia Hotels internacional	Barceló hotels	Iberostar Group	Riu Hotels
Agenda 2030	✓	✗	✓	✗
Global Compact	✓	✓	✓	✗
Código ECPAT	✓	✓	✓	✓
Código Ético Mundial	✓	✓	✓	✓
Travelife	✓	✓	✓	✓

Fuente: Elaboración propia

- Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: “es un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, que también tiene la intención de fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia.” (Naciones Unidas, 2015)
- Global Compact: “Una llamada a las empresas a alinear las estrategias y operaciones con los principios universales de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción, y tomar acciones que permitan avanzar en los objetivos sociales.” (Naciones Unidas Global Compact, s.f.)
- Código ECPAT: “trata de involucrar al sector privado de la industria del turismo para prevenir el uso de los canales de turismo por parte de delincuentes sexuales.” (ECPAT, 2012)
- Código Ético Mundial para el Turismo: “es un conjunto omnicompreensivo de principios concebido para orientar a los principales actores del desarrollo turístico.” (Organización Mundial del Turismo, s.f.)
- Travelife: “es un programa internacional de sostenibilidad de alojamientos.” (Travelife, 2019)

## ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Melià Hotels International, Barcelo Hotels e Iberostar Group ofrecen información sobre sus políticas y responsabilidad con las Administraciones Públicas, en cambio Riu Hotels no tiene ninguna documentación sobre esto.

Se puede observar como las tres cadenas apuestan por la colaboración con las administraciones públicas buscando transparencia para contribuir juntos a una sociedad más justa, sin corrupción y respetando las leyes.

## PRENSA y MEDIOS

Melià Hotels International es la única compañía que tiene publicado su política con la prensa y medios mediante la cual quiere ofrecer toda la información relevante a sus grupos de interés de una forma veraz.

## PROVEEDORES

Los proveedores son una parte fundamental de la cadena de valor, por eso las cuatro cadenas hoteleras que comparamos le dan importancia a la relación que tienen con ellos. Podemos decir que MHI, Barcelo Hotels y Iberostar Group aplican una política parecida con los proveedores. Buscan crear una alianza que se base en el respeto mutuo, la confianza, relaciones duraderas y de una forma lícita, ética y responsable. Y en cambio la única información que proporciona Riu Hotels es que su política se basa en la sensibilización de sus proveedores con la sostenibilidad.

## 5.4 Conclusión

---

La elaboración de este trabajo ha servido para realizar una revisión de la información publicada sobre RSC que tienen las cuatro principales cadenas hoteleras de las Islas Baleares en sus webs corporativas y la comparación de la aplicación de estas políticas con sus stakeholders.

Se ha podido observar como las Baleares se caracterizan por la estacionalidad turística durante los meses de verano debido al clima. Con el paso de los años estas cadenas han intentado ofrecer un turismo alternativo al turismo de sol y playa como lo es el turismo sostenible. Las cadenas hoteleras apuestan por este tipo de turismo para mejorar la imagen de su marca a la vez de intentar obtener una ventaja competitiva frente a sus competidores.

Entrando en materia de información obtenida y publicada en las webs corporativas podemos decir que la empresa que más información ofrece es Melià Hotels International. Melià ofrece un apartado en su web nada más para la publicación de información que hace referencia a la sostenibilidad además de publicar en su informe anual toda la información, proyectos, datos y objetivos que tiene en este ámbito. Las empresas de las cuales se ha podido obtener menos información de sus políticas de RSC con sus stakeholders han sido Riu Hotels y Barcelo Hotels. Riu Hotels aun teniendo una página web dedicada a la sostenibilidad no se ha podido casi profundizar en la información de cómo es su relación con sus stakeholders ni que código o políticas de RSC aplica. Barcelo Hotels en cambio la información que tienen publicada no esta actualizada, no son de este último año y no ofrecen ningún apartado en su web dedicado a sus políticas de RSC o sostenibilidad sino que ofrecen el código de conducta que deben tener con estos.

Y por último en la web de Iberostar Group se puede encontrar información de los proyectos de sostenibilidad que realiza, de los premios obtenidos y de sus objetivos, pero en temas de políticas de RSC con sus stakeholders no tiene casi información publicada y se ha tenido que obtener la información del código ético y de conducta que realiza Iberostar con estos.

Con la comparativa de la información obtenida se puede observar que donde aplican más importancia, recursos y políticas de RSC las cadenas hoteleras es en la relación que tienen con la sociedad y comunidad. Esto es debido a la creciente preocupación y concienciación que hay por el medio ambiente y los recursos naturales, por eso las cadenas apuestan por incluir en su estrategia de negocio estas políticas y formar parte de distintos proyectos medio ambientales, de sostenibilidad y de protección a la sociedad y comunidad.

Para terminar, debemos tener en cuenta que estas políticas que aplican las cadenas hoteleras son también para un beneficio propio de la empresa y quieren obtener algo a cambio como pueda ser una ventaja o una diferenciación de sus competidores. Por eso resulta importante que los consumidores estén informados sobre las actuaciones que realizan las cadenas hoteleras con su entorno para así poder ser críticos y formar parte de estas políticas para un beneficio común.

## 5.5 Bibliografía

---

- Acuña, A. P. (2012). La gestión de los stakeholders: análisis de los diferentes modelos. Encuentro Regional Zona Sur Adenag. Trelew 19 y 20 de abril de 2012. Obtenido de:  
<http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4441>
- Anuario del Turismo. (s.f.). CAIB. Obtenido de CAIB.
- Estrategia de turismo sostenible para las Islas Baleares 2017-2020. (2017). Obtenido de CAIB:  
<https://www.caib.es/pidip2front/jsp/adjunto?codi=2086410&idioma=ca>
- Informe de Gestión y Cuentas Anuales Consolidadas. (2018). Obtenido de Melià Hotels International:  
<https://www.meli-hotelsinternational.com/es/shareholdersAndInvestors/IntegratedRepDocs/Informe%20Integrado%20Anual%202018.pdf>
- Canela, J. P.-A. (2015). La responsabilidad social corporativa en turismo. Estado de la cuestión. *Revista de Investigación Turística*, 5(1), 63-80.
- Cantalops, A. S., & Miranda, D. P. (2013). La práctica de la responsabilidad social empresarial. Estudio de caso en el sector turístico. *Innovar*, 23(49), 101-113.
- Cantalops, A. S., Miranda, D. P., Cardona, J. R., & Cunill, O. M. (2018). Progress in Research on CSR and the Hotel Industry (2006-2015). *Cornell Hospitality Quarterly*, 59, 15-38.
- CORPORATIVA, M. C. (s.f.). Obtenido de Universitat Jaume I:  
[www3.uji.es/~munoz/AECA.DOC](http://www3.uji.es/~munoz/AECA.DOC)
- ECPAT. (01 de Julio de 2012). *ECPAT-SPAIN*. Obtenido de <http://www.ecpat-spain.org/programas.asp>
- El moment econòmic de les Illes Balears. (14 de Febrero de 2019). CAIB. Obtenido de CAIB:  
[http://www.caib.es/sites/momenteconomic/ca/d/el\\_moment\\_economic\\_d\\_e\\_les\\_illes\\_balears\\_-\\_febrer\\_2019\\_0\\_0\\_0\\_0\\_0\\_0\\_0\\_0\\_0\\_0/](http://www.caib.es/sites/momenteconomic/ca/d/el_moment_economic_d_e_les_illes_balears_-_febrer_2019_0_0_0_0_0_0_0_0_0/)
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Press.
- G. T., D. P., & R. H. (2016). Corporate Social Responsibility – an European Approach through the Tourism SME's Perspectives. *Amfiteatru Economic Journal*, 742-756.
- Gonzalez, M. D., & Martinez, C. V. (2003). Responsabilidad social de la empresa Concepto, medición y desarrollo en España. *Boletín Económico de ICE*.
- Grupo Barceló. (2013). Código ético del grupo Barceló. Obtenido de <http://www.barcelogrupo.com/wp-content/uploads/2017/03/m-codigo-etico-grupo-barcelo-201337-166592.pdf>
- Grupo Barceló. (2015). Memoria anual. Obtenido de <http://www.barcelogrupo.com/wp-content/uploads/2016/05/memoria-anual-2015-barcelo-corporacion-empresarial-4-es30-204623.pdf>
- Fundación Barceló. (2017). Fundación Barceló. Obtenido de <http://fundacionbarcelo.org/>
- Fundación Ibersotar. (2017). Fundación Ibersotar. Obtenido de <http://www.fundacioniberostar.org/>



- Iberostar Hotels & Resorts. (2017). Responsabilidad social corporativa. Obtenido de <https://www.iberostar.com/responsabilidad-social-corporativa>
- Iberostar Group. (2018). Negocio Responsable. Obtenido de <https://www.grupoiberostar.com/actuacion-social/negocio-responsable>
- Iberostar Group. (2015). Código Ético. Obtenido de [https://hotels.cdn.iberostar.com/public/system/html\\_items/78992/original/01\\_codigo\\_etico\\_esp.pdf?1492453066](https://hotels.cdn.iberostar.com/public/system/html_items/78992/original/01_codigo_etico_esp.pdf?1492453066)
- Jimenez, C. C. (2006). Turismo Sostenible . *El Periplo Sustentable*, 5-21.
- Lizcano, J. L., & Moneva, J. M. (2004). Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa.
- Melià Hotels International. (s.f.). Obtenido de Reputacion y Sostenibilidad: <https://www.meliahotelsinternational.com/es/perfil-compania/reputacion-y-sostenibilidad>
- Naciones Unidas. (25 de septiembre de 2015). Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Naciones Unidas Global Compact. (s.f.). *Naciones Unidas Global Compact*. Obtenido de <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc>
- Organizacion Mundial del Turismo. (s.f.). *Organizacion Mundial del Turismo*. Obtenido de Organizacion Mundial del Turismo: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). Obtenido de <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>
- Ramis, M. A., & Llinàs, M. S. (2014). El papel del clima en la estacionalidad turística y la configuración de productos turísticos emergentes. *Cuaderno de Turismo*, 15-30.
- Riu Hotels & Resorts. (2017). Sostenibilidad. Recuperat de <http://www.riu.com/es/sostenibilidad/inicio.jsp>
- Ruiz, M. (22 de Noviembre de 2013). *Hosteltur*. Obtenido de Hosteltur: [https://www.hosteltur.com/123730\\_responsabilidad-social-debe-estar-integrada-estrategia-global-empresa.html](https://www.hosteltur.com/123730_responsabilidad-social-debe-estar-integrada-estrategia-global-empresa.html)
- Travelife. (2019). *Travelifestaybetter*. Obtenido de <https://travelifestaybetter.com>