



Universidad de las Islas Baleares

Facultad de Economía y Empresa

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Comunicación y Responsabilidad Social
Corporativa en hoteles de lujo de las Islas
Baleares

Alumna: Carolina Calvo Álvarez

Tutora: Maria Antonia Garcia Sastre

Mallorca, Mayo 2013

INDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	4
A. Importancia del tema.....	4
B. Antecedentes del tema.....	4
C. Objetivos del proyecto.....	5
D. Metodología.....	5
E. Forma en la que está organizado el proyecto.....	5
II. MARCO TEÓRICO	6
A. Conceptos básicos.....	6
B. Conceptos específicos.....	7
III. RSC EN LAS WEBS PROPIAS.....	8
A. Hoteles en Mallorca.....	8
Castillo Hotel Son Vida.....	8
Barceló Formentor.....	9
Maricel.....	10
Can Cera.....	11
Protur Biomar Gran Hotel y Spa.....	11
Son Brull.....	12
St. Regis Mardavall	13
Meliá Cala D´or y Meliá del Mar.....	15
Parc Natural y Grupotel Valparaiso.....	17
Sheraton Mallorca Arabella.....	19
Ca sa Galesa.....	20
B. Hoteles en Ibiza.....	20
Aguas de Ibiza.....	20
Gran Hotel Ibiza.....	22
C. Hoteles en Menorca.....	22
Quinta Resort Hotel.....	22
IV. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN OTRAS WEBS.....	24
A. Motores de búsqueda.....	24

B. Webs de comparativa de productos.....	25
C. Portales de turismo responsable, buenas prácticas ambientales, sociales o culturales.....	26
D. Fundación entorno.....	26
E. Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa.....	28
F. Programa de Hoteles Amigos.....	29
V. TABLA COMPARATIVA.....	31
VI. PRINCIPALES CONCLUSIONES.....	32
VII. BIBLIOGRAFÍA.....	36

I. INTRODUCCIÓN

A. Importancia del tema

¿Qué sería de una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa sin una buena comunicación que la acompañe? Ante esta pregunta retórica, es lógico pensar que para que una buena estrategia de Responsabilidad Social Corporativa llegue al público objetivo y puedan valorarse los esfuerzos que realiza la empresa, es preciso que se lleve a cabo una buena comunicación.

La comunicación es un elemento que acompaña, apoya y sirve para desarrollar la Responsabilidad Social Corporativa. La comunicación debe convertirse en una gestión integral de la organización, que acompañe a la estrategia y sobretodo que sirva para interactuar con los grupos de interés.

Para lograr que la implementación de la Responsabilidad Social Corporativa en una organización sea efectiva, desde un primer momento, es preciso que se lleven a cabo tareas de información y comunicación internas. Ya en un segundo nivel también es imprescindible saber comunicarse para poder relacionarse con sus grupos de interés y difundir su estrategia como tal.

Para llevar a cabo estas tareas no sólo importa cuál es el mensaje que quieren transmitir, sino el cómo quieren o deben transmitirlo.

Así se puede apreciar la importancia que tiene relacionar la comunicación con la Responsabilidad Social Corporativa, porque desde el inicio hasta cualquier posible actuación que se desarrolle, son dos conceptos que van de la mano.

B. Antecedentes del tema

Tradicionalmente se ha tratado en gran cantidad de casos los temas por separado, es decir, existen un gran número de estudios, informes, artículos... que tratan el tema de la Responsabilidad Social Corporativa ya sea en general o específicamente en casos de algunas empresas y sociedades. De la misma manera, un tema tan amplio y común como es la comunicación tiene otra gran cantidad de trabajos a su espalda. Es cierto que a veces se han escrito algunos documentos referentes a la importancia de realizar una buena

comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa, pero no existe ningún caso en que se analice como es la comunicación que realizan de su estrategia los hoteles de cinco estrellas de las Islas Baleares.

C. Objetivos del proyecto

En este proyecto se pretende estudiar qué tipo de relación puede llegar a existir entre la comunicación y la Responsabilidad Social Corporativa de los hoteles de cinco estrellas de las Islas Baleares. Se trata de analizar como comunican sus prácticas responsables desde diferentes páginas web; ya sea desde la suya propia o desde otras ajenas. Para ejemplificar esto se utilizaran una serie de hoteles de lujo de las Islas Baleares.

D. Metodología

Para llevar a cabo el proyecto relacionado con cómo se relacionan la comunicación y la Responsabilidad Social Corporativa en los hoteles de cinco estrellas de las Islas Baleares se ha utilizado una metodología de estudio de caso. Se trata de un trabajo de investigación previo para recopilar datos e información secundaria para poder analizarlos. Estos datos se han extraído de las webs corporativas, de otras webs relacionadas con el turismo, de diferentes informes y documentos varios.

Con toda la información previamente recopilada se ha podido realizar el estudio y finalmente se han llegado a una serie de conclusiones relacionadas con el objetivo marcado inicialmente.

E. Forma en la que está organizado el proyecto

El documento comienza con un análisis previo del marco teórico estudiando algunos conceptos básicos y específicos que son necesarios para entender el contexto donde nos vamos a mover. A continuación se presentan las estrategias de Responsabilidad Social Corporativa que tienen cada uno de los hoteles que son caso de estudio y como es la comunicación de ésta. En un segundo momento se trata de analizar cómo es la comunicación que puede existir desde otras fuentes diferentes pero relacionadas, como pueden ser buscadores, páginas de turismo sostenible, cátedras, etc. Y por último se

presentan las conclusiones a las que se han llegado tratando de responder al objetivo planteado desde el principio de tratar de relacionar la Responsabilidad Social Corporativa con la comunicación.

II. MARCO TEÓRICO

Antes de empezar con el proyecto en sí mismo, es preciso realizar con anterioridad una revisión del marco teórico donde nos situamos para poder entender y en todo caso, llegar al objetivo del estudio, de la mejor forma posible. Para esto es necesario plantear previamente algunos conceptos teóricos que nos proporcionen el conocimiento que se precisa para poder llevar a cabo el proyecto.

A. Conceptos básicos

En este proyecto aparecen dos conceptos que son básicos:

Comunicación: No existe una definición única y estandarizada, sino que hay una gran variedad de entradas. Por ejemplo una definición clásica realizada por Wikipedia es la siguiente “La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes”. En el caso de Lamb, Hair y McDaniel su propuesta es que se trata de “El proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjuntos común de símbolos”.

Pero a grandes rasgos lo que se puede entender por comunicación es la acción por la cual un individuo o entidad quiere transmitir un mensaje a otro. Para llevar a cabo esta tarea resulta indispensable ser transparentes, claros y responsables con lo que se transmite.

Responsabilidad Social Corporativa: Para el foro de Expertos en Responsabilidad Social Empresarial del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales “La Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria por parte de la empresa, en su gobierno y gestión, en su estrategia,

políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales y ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus Grupos de Interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que derivan de sus acciones”.

Los principales grupos de interés son los siguientes; empleados, accionistas o propietarios, clientes, proveedores, competidores, agentes sociales, Administraciones Públicas, comunidad local, sociedad y público en general y medio ambiente.

Es preciso comentar que las tres áreas de actuación para la mayoría de las empresas del sector turístico son el medio ambiente, los empleados y la acción social, sobre todo por el impacto que pueden tener en el desarrollo de su actividad diaria.

B. Conceptos específicos

Motores de búsqueda: son aplicaciones de software diseñadas para encontrar introduciendo palabras clave recursos digitales como pueden ser páginas web, textos, imágenes, vídeos, archivos, etc.

Grupo de interés: conjunto de individuos físicos o jurídicos que están unidos por el interés común y que actúan conjuntamente en defensa de ese interés.

TIC: las tecnologías de la información y la comunicación son las técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de la información, principalmente en soporte informático, Internet y telecomunicaciones.

Transparencia: aplicada a la Responsabilidad Social Corporativa hace referencia al intercambio de información, puesta en común de opiniones, sugerencias y aportaciones de los diferentes individuos que están interesados.

ONG: son las siglas de Organización No Gubernamental y que engloban a las entidades de iniciativa social y fines humanitarios, que son independientes de la Administración Pública y que no tienen afán lucrativo.

Comunicación virtual: son las tendencias comunicativas que adoptan los usuarios que interactúan mediante las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

III. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS WEBS PROPIAS

Entrando en el contenido propio del proyecto se pasa a analizar en una selección de hoteles de lujo de las Islas Baleares cuales son las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que se llevan a cabo y como realizan la comunicación a través de su web corporativa.

A. Hoteles en Mallorca

Castillo Hotel Son Vida:

A continuación se enumeran algunas de las prácticas ecológicas que aparecen en la web corporativa del hotel y que lleva a cabo o se encuentran en proceso de implementación:

- Conservación del agua y la energía
 - Iluminación de alta eficiencia tanto en las habitaciones como en las áreas públicas
 - Accesorios para la conservación del agua
 - Mantenimiento preventivo constante
 - El programa Make a Green Choice que trata de recompensar a los huéspedes que eligen para su habitación la conservación de los recursos naturales
- Minimización de residuos y compras tomando en cuenta al medio ambiente
 - Cestos para materiales reciclables
 - Eliminación de los envases de espuma de polietileno
 - Productos ambientales preferidos
 - Administración de amenidades
 - Alternativas al agua embotellada de plástico
 - Opciones de comida y bebida sostenible

- Mejora de la calidad ambiental interior
 - Servicio de limpieza de habitaciones con productos ecológicos
 - Prácticas de manejo integrado de plagas
 - Materiales de baja emisión, talos como pinturas, pisos y muebles
- Incremento de la concienciación ambiental
 - Consejo Ecológico del hotel
 - Reuniones sostenibles

Para encontrar esta información es preciso indagar por el portal web, ya que no aparece de forma directa. No da la impresión de que se le preste demasiada atención a este concepto, ya sea por el hecho comentado de que no se visualiza de forma directa o porque simplemente se trata de una enumeración de prácticas que puede que ni siquiera se estén llevando a cabo, según lo que ellos mismos indican en su web. En este caso no se da una buena comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa, ya que no consiguen llegar a los clientes o posibles interesados de forma clara y directa. Una vez introducidas prácticas de buena conducta con el medio ambiente, teniendo en cuenta el esfuerzo que esto supone, deberían aprovechar para darle una buena comunicación y tratar de presentar así un elemento diferenciador al público.

Barceló Formentor

En la web del hotel no aparece ningún apartado exclusivo para la Responsabilidad Social Corporativa, sino que existe un enlace directo, no demasiado visible, que te dirige a la Fundación Barceló y a través de la cual ponen en práctica su acción social. Este organismo fue creado por la familia Barceló propietaria de la marca que lleva el mismo nombre ya en 1989 con la finalidad de atender a los más necesitados en los países más vulnerables del mundo. Tal y como se dan a conocer ellos mismos desde la web corporativa “la Fundación Barceló ha ido desarrollando sus actividades en las áreas de Salud, Educación, Cooperación al Desarrollo, Cultura y Arte buscando, al desarrollo integral de la persona, con el propósito permanente de aportar su trabajo, sus proyectos y sus recursos a la mejora de la sociedad en su conjunto”.

Algunos de los proyectos más destacables son:

- El Programa AMI de Ayuda Médica Internacional.
- El Programa de Voluntariado
- Programas de fomento del desarrollo económico
- Proyectos destinados a proporcionar vivienda digna

A parte de la Fundación Barceló, desde el Grupo hotelero en general han desarrollado un código ético propio y compromisos de seguir el Código de Conducta del Sector Turístico contra la Explotación Sexual Infantil y el Pacto Mundial por los Derechos Humanos y el Medio Ambiente. A la vez colabora con entidades de interés social como Fundación Integra y Fundosa para luchar a favor de la integración laboral de colectivos excluidos.

En este caso, aunque no sea desde el propio portal del hotel, se realiza una buena estrategia de comunicación y marketing de las actividades de Responsabilidad Social Corporativa que desarrolla el Grupo. Tanto desde la web de los diferentes hoteles como desde la web del Grupo existen enlaces que dirigen directamente a la Fundación Barceló donde se explica toda la historia y los proyectos que desarrollan así como un apartado que permite a los interesados poder colaborar en las prácticas que se llevan a cabo. Además, ya desde la web corporativa aparece un apartado que introduce su estrategia de acción social y permite acceder al Código Ético del Grupo.

Maricel

En la página web del hotel no aparece ningún apartado dedicado a prácticas de buena conducta o de Responsabilidad Social Corporativa. En la breve presentación del hotel que se realiza se puede leer que tienen un Edificio Ecológico y algunas habitaciones ECO, pero en ningún momento se les explica a los potenciales clientes de que se trata y el porqué de ese nombre. Por otro lado existe un banner donde informan de que cada reserva que se realiza desde la web del Grupo Hospes se corresponde con 1€ de donación para Aldeas Infantiles. Hay que destacar que no se puede acceder a más información desde ese anuncio, tan siquiera se puede acceder a la página del Grupo.

Una vez nos dirigimos directamente a la página de Hospes si existe un apartado donde se entra directamente al Proyecto Sueños que están llevando a cabo. Han creado este proyecto de carácter social para conseguir dos objetivos:

- Por un lado ayudar a jóvenes de Aldeas Infantiles SOS a conseguir sus sueños personales y profesionales.
- Por otro lado potenciar la investigación científica sobre el sueño colaborando con la Sociedad Española del Sueño.

Para intentar comunicar de una manera más efectiva cual es el sentido de su proyecto y conseguir sensibilizar a las personas, en la web del Proyecto Sueños se incluye un video de una Aldea Infantil de Madrid donde hablan los niños y sus cuidadoras sobre las necesidades que tienen. A pesar de toda la explicación de la buena obra social, la recolecta de 1€ por cada reserva online únicamente tiene una duración de un año, así que hasta cierto punto no se trata de una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa que se haya asimilado dentro de la propia estructura de negocio.

Can Cera

Este hotel tradicional no ha desarrollado ningún tipo de estrategia de Responsabilidad Social Corporativa.

Protur Biomar Gran Hotel y Spa

En la página web del hotel no aparece ninguna referencia a las posibles actividades de Responsabilidad Social Corporativa que pueda llevar a cabo, aunque teniendo en cuenta que forma parte de un Grupo es preciso visitar la página corporativa para analizar si desde ahí se realiza una estrategia. Es exactamente ahí donde, aunque de manera poco clara, ya que a primera vista no se sabe si con ese nombre identifican sus actividades de Responsabilidad Social Corporativa, se encuentra un enlace que dirige a la web Protur Natura Farm; un espacio natural que se encuentra en el hotel desde el que se pueden admirar animales autóctonos, un huerto ecológico y vegetación en general. Este espacio se centra en tres actividades principales:

- Primero disponen de un huerto ecológico donde se ha realizado una planificación del terreno y un estudio para conocer los ciclos de las plantas y hortalizas que se plantan. Usan insecticidas naturales como plantas aromáticas y medicinales y un abono ecológico surgido del conocido “compost”.
- Segundo cuentan con animales domésticos y autóctonos de Mallorca que se encuentran en peligro de extinción como el asno mallorquín. Así como de otros animales domésticos y tropicales como las perdices, codornices, canarios, etc.
- Tercero cuenta con un proyecto conocido como Apadrina tú árbol en Protur Natura Farm con el cual siembran árboles autóctonos pudiéndolos bautizar y con el claro objetivo de fomentar la conservación y el cuidado del medio ambiente desde los más jóvenes a los más mayores.

De esta manera, aunque el hotel en sí no promociona estas actividades, desde la web corporativa se realiza una buena comunicación con una página propia donde se explican las actividades y se incluyen videos promocionales.

Son Brull

En la presentación que realizan del hotel en su propia web ya avanzan que realizan algunas actividades relacionadas con el medio ambiente y con el entorno que les rodea. Anuncian que tienen un cultivo propio, destacando que se trata de frutas y verduras ecológicas y que disponen de una tienda de productos de elaboración propia y locales. Indagando un poco más en su portal web y aunque no aparece un apartado de Responsabilidad Social Corporativa como tal, si se encuentra uno que nombra algunas actividades que podrían ser propias de ésta:

- Por un lado contemplan el apartado de Agricultura Ecológica en el cual primero de todo se encargan de asegurar que la explotación agrícola es completamente ecológica y que se encuentra certificado por el Consell Balear de la Producción Agraria Ecológica. Enumeran algunos proyectos que están llevando a cabo como cultivar gran variedad de árboles frutales con tal de recuperar las variedades de fruta local. Otro

es el huerto ecológico donde se cultivan las verduras de temporada que se utilizan en las elaboraciones del restaurante. Para elaborar su propio vino cuentan con una hectárea de viña. Y por último han puesto en marcha un gallinero ecológico para disponer de huevos de excepcional calidad.

- Por otro lado aparece el apartado de Sostenibilidad con el medio ambiente. No únicamente nace de sus propios valores, sino que la aprovechan para enriquecer la experiencia de sus clientes. Apuestan por las energías renovables, el reciclaje, la preservación de las variedades autóctonas y el apoyo a los artesanos locales. Incluyen un listado de cuáles son los artesanos locales con los que colaboran.

En este caso aunque no se aluda a la Responsabilidad Social Corporativa en el sentido más estricto, si que hacen una buena comunicación para aprovechar y promocionarse dando a conocer cuáles son las actividades y proyectos que llevan a cabo.

St. Regis Mardavall

El St. Regis Mardavall también forma parte del Grupo Starwood y a diferencia del resto de los hoteles de Palma de Mallorca donde se encontraban algunas actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa que están llevando a cabo o que tienen pensado hacerlo en un futuro, en la web del hotel no aparece ningún tipo de información al respecto. Es preciso remitirse a la web corporativa del Grupo para poder encontrar un apartado de Responsabilidad Social Corporativa. En este caso, existen gran variedad de prácticas, actividades y proyectos que Starwood está desarrollando relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa. Algunos de los aspectos más importantes son los siguientes:

- Diversidad e inclusión: Intentan crear asociaciones nacionales con instituciones que se dedican a atender las necesidades y preocupaciones de diferentes tipos de diferencias (raza, sexo, preferencias sexuales...) para producir un impacto en los mercados en los que operan y en todas las personas que mantienen algún tipo de

contacto con la organización. Un ejemplo de tarea que llevan a cabo es el reclutamiento de veteranos de EE.UU y personal anteriormente militar.

- Programa de diversidad de proveedores: está destinado a maximizar las oportunidades de contratación para negocios que son propiedad de minorías intentando promover relaciones duraderas entre las dos partes.
- Políticas y creación de informes: Disponen de políticas propias como la “Política de Sostenibilidad Ambiental” y la “Política de Derechos Humanos”, así como llevan a cabo la elaboración de algunos informes como es el caso de “Informes del Carbon Disclosure Project” y la “Declaración de posición frente al tráfico de personas”.
- Iniciativas ambientales: para conseguir una mejor sostenibilidad su política ambiental se enfoca en seis áreas de oportunidad; agua, energía, calidad ambiental interior, desechos, emisiones y cadena de suministro.
- Iniciativas comunitarias: tratan de enfocar su compromiso con la comunidad en tres áreas; “puertas abiertas a la oportunidad”, “orgullo por nuestros lugares” y “respuesta a ciudadanos con dificultades”. Una de las campañas que están llevando a cabo desde este punto se conoce como “Check Out For Children” y consiste en que los huéspedes de los hoteles en el momento que acaban su estancia se les propone donar de forma voluntaria 1€ para los programas de educación de UNICEF.
- Fundación Starwood: a través de contribuciones de donaciones, voluntariado de empleados, compromiso con los huéspedes y el apoyo en especie, la Fundación trata de ayudar a los individuos y a las comunidades a alcanzar su máximo potencial.
- Fondo de asistencia para empleados de Starwood: intenta ayudar a todos aquellos empleados que sufren pérdidas significativas en su propiedad ya sea por una catástrofe natural o por un desplazamiento que deban realizar entregándoles subsidios económicos para que puedan cubrir las necesidades básicas.

Como he comentado al principio, no parece adecuado que el hotel no tenga un apartado exclusivo de prácticas que realiza y que únicamente aparezca la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa de Starwood. Esto hace que

no se sepan cuáles son las prácticas reales que intentan llevar a cabo cada uno de los hoteles, ya que hay algunas que son por ejemplo específicas para un país en concreto (reclutamiento de veteranos de EE.UU y personal anteriormente militar).

Otro aspecto negativo que me parece importante comentar es que cuando lees cuáles son sus actuaciones, la mayoría de las justificaciones que se dan para llevarlas a cabo es el beneficio que tienen ellos.

Por otro lado cabe destacar que existe una muy buena comunicación de su Responsabilidad Social Corporativa, ya que más allá de realizar una enumeración de todos sus proyectos y actividades de forma clara, esquematizada y destacando los puntos clave más importantes, promueven la interacción con los usuarios. Con esto quiero decir que aparecen diferentes direcciones de email para poder ponerse en contacto con ellos para solicitar más información o resolver dudas. Ofrece enlaces relacionados con el contenido que muestran como por ejemplo la posibilidad de buscar puestos vacantes, enviar propuestas para participar en el programa de donación... Además aprovechan y sensibilizan a las personas con declaraciones y testimonios de trabajadores que se encuentran en una situación complicada y se les ha dado la oportunidad de formar parte del equipo de Starwood.

Meliá Cala D´or y Meliá del Mar

En el caso de estos hoteles, al igual que otros que forman partes de un Grupo, desde el portal propio existe un enlace secundario que te re direcciona a la web corporativa de la compañía directamente al apartado de sostenibilidad. En este se explica de forma muy extensa y con gran variedad de detalles todo lo relacionado con Responsabilidad Social Corporativa que lleva a cabo Meliá.

En el Plan Estratégico de 2012-2014 la sostenibilidad pasa de ser una línea estratégica para convertirse en una palanca que propulsa todas las líneas estratégicas. Se convierte en un eje imprescindible del modelo de negocio asegurando la creación de valor de forma sostenible, siendo el objetivo que sus Grupos de Interés los elijan por tratarse de una empresa hotelera responsable.

Algunos de los apartados que se pueden encontrar son los siguientes:

- Responsabilidad Social Corporativa: diferentes actuaciones ligadas a la RSC que engloban a los colectivos de los clientes, la sociedad, el medio ambiente, los proveedores, los colaboradores, los accionistas e inversores, así como a los propietarios y socios.
- Política de sostenibilidad: Supone un compromiso con el medioambiente, con la sociedad y con la conservación del patrimonio cultural.
- Integración en la cadena de valor: Tratan de llevar las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa a toda la cadena de valor a través de una construcción sostenible, su operativa diaria, una eficiencia energética e hídrica (Proyecto SAVE), con los colaboradores, con la estancia del cliente y con una oferta gastronómica saludable.
- A través de las marcas: intentan potenciar determinados atributos sostenibles consiguiendo un elemento diferenciador. En el caso del Meliá Cala d'Or se identifica en el "Eco Touch" siendo un paradigma de evento sostenible. Hace referencia a eventos responsables que minimizan el impacto en el entorno y que apuestan por una propuesta gastronómica saludable y sana.
- Certificación de la Biosfera: Consideración que se otorga a aquellas empresas que fomentan el desarrollo social, cultural, económico y medioambiental de las regiones donde se encuentran.
- Política de certificaciones en turismo sostenible: Estos certificados sirven para que los hoteles vayan mejorando tanto en su actividad del día a día como en el impacto que tienen en el entorno.
- Alianzas estratégicas: Meliá Hotels International mantiene relaciones estratégicas con UNICEF, la Fundación ONCE-INSERTA, la Fundación SERES y la Federación de Amigos de los Museos (FEAM).
- Compromisos públicos: Certificación de la Biosfera, Memoria de Sostenibilidad, Global Compact y FTSE4GOOD IBEX.

También cuentan con un decálogo de la sostenibilidad donde muestran sus premisas clave referente al tema, una enumeración de premios y reconocimientos que han ido recibiendo y enlaces que por ejemplo permiten visualizar la memoria de sostenibilidad de diferentes años.

El Grupo Meliá le da gran importancia a la Responsabilidad Social Corporativa notándose en la buena estrategia de comunicación que realizan y la buena estrategia de promoción que se hacen de ellos mismos. Tratan de que llegue a los interesados toda la información de la manera más efectiva posible dando todo tipo de detalles, gráficas, tablas, etc. Se esfuerzan en transmitir cual es la misión y la visión y todo aquello que llevan a cabo para conseguirlas. Al igual que se ha podido ver en otras estrategias de comunicación, facilitan la interacción con las personas incluyendo un apartado de contacto para poder solicitar más información o para que se resuelvan posibles dudas. También incluyen un apartado de noticias recientes relacionadas con premios, reconocimientos, actuaciones... que les da dinamismo y demuestra su compromiso verdadero con la Responsabilidad Social Corporativa, así como hacer llegar a sus interesados la máxima información posible.

Se encargan de que todo este esfuerzo de comunicar su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa se encuentre respaldado por todos los certificados y reconocimientos que reciben que al venir de una tercera parte independiente otorgan credibilidad y transparencia a todas las acciones que llevan a cabo.

Parc Natural y Grupotel Valparaiso

En la ficha técnica de cada hotel ya aparece una pincelada de información referente a que realizan actividades de Responsabilidad Social Corporativa. Pero es cuando se entra al apartado de medioambiente donde ya se encuentra toda la información al respecto y a más a más también incluyen la información del Grupo.

Para alcanzar su objetivo de implantar y mantener un Sistema de Gestión Medioambiental efectivo llevan a cabo lo siguiente:

- Realizan una implantación progresiva de mejoras medioambientales en las actividades y sobre todo en las que tienen efecto en el entorno.
- Intentan optimizar la eficacia en el uso de los recursos y la energía.

- Promueven la sustitución de productos y servicios que disminuyen la calidad de vida de los clientes y los vecinos.

Debido a las políticas que han implantado, Grupotel Parc Natura cuenta con la certificación Premio ECORESORT de TUI y MEDIOAMBIENTAL ISO 14001. En el caso del Grupotel Valparaiso Palace cuenta con la certificación MEDIOAMBIENTAL ISO 12001.

Grupotel como cadena hotelera asume el siguiente compromiso:

- Implicarse en la gestión medioambiental de forma directa.
- Garantizar el cumplimiento de todos los requisitos normativos medioambientales, así como perseguir la mejora continua de su comportamiento medioambiental.
- Exigir a los proveedores de manera progresiva la adopción de normas medioambientales.
- Implantar las medidas necesarias para conocer, prevenir y mejorar de manera progresiva y continuada los impactos que puedan generar las actividades de la empresa.
- Sensibilizar a todo el personal implicado en la gestión del establecimiento sobre la importancia del medioambiente.
- Comunicar a los clientes los principios de la actuación medioambiental.
- Revisar periódicamente esta política para mantenerla actualizada.

Como he comentado al principio existe un apartado para la Responsabilidad Social Corporativa concreta que realiza el hotel en su correspondiente portal web aunque la información que proporcionan es un poco escueta. Como es normal aprovechan que han recibido algún que otro reconocimiento oficial para comunicarlo y promocionar así que llevan a cabo de la mejor manera posible sus políticas para cuidar el medioambiente. Hasta aquí todo resulta coherente, pero cuando observas las webs de los dos hoteles te das cuenta de que las actividades que realizan son exactamente las mismas. De esta manera, a pesar de que se puede encontrar fácilmente la información sobre la Responsabilidad Social Corporativa, existe una mala comunicación por dos motivos fundamentales. Por una parte quien lea la información puede

pensar que le están engañando, ya que es exactamente la misma para los dos hoteles. Por otro lado si todos los hoteles llevan a cabo las mismas actividades y prácticas resultaría más lógico que presentaran la información como parte de una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa global del Grupo.

Sheraton Mallorca Arabella

Al igual que el Castillo Hotel Son Vida que pertenece a la misma compañía Starwood, también realiza o se encuentra en proceso de implementación una serie de prácticas ecológicas:

- Conservación del agua y la energía
 - Iluminación de alta eficiencia en las áreas públicas
 - Sensores de ocupación
 - Accesorios para la conservación del agua
 - Prácticas inteligentes de riego
 - El programa Make A Green Choice recompensa a los huéspedes por elegir la conservación de los recursos naturales en sus habitaciones
- Minimización de residuos y compras tomando en cuenta el medio ambiente
 - Cestos para materiales reciclables
 - Proveedores ambientalmente preferidos
 - Opciones de comida y bebida sostenible
- Mejora de la calidad ambiental interior
 - Servicio de limpieza de habitaciones con productos ecológicos
- Incremento de la concienciación ambiental
 - Consejo Ecológico del hotel

Para encontrar esta información es preciso indagar por el portal web, ya que no aparece de forma directa. Es preciso dirigirse a la web del Grupo Starwood para buscar entonces el hotel y poder encontrar, después de algo de esfuerzo, un apartado que haga referencia a prácticas ecológicas. No da la impresión de que se le preste demasiada atención a este concepto, ya sea por el hecho comentado de que no se visualiza de forma directa o porque

simplemente se trata de una enumeración de prácticas que puede que ni siquiera se estén llevando a cabo, según lo que ellos mismos indican en su web. En este caso no se da una buena comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa, ya que no consiguen llegar a los clientes o posibles interesados de forma clara y directa. Una vez introducidas prácticas de buena conducta con el medio ambiente, teniendo en cuenta el esfuerzo que esto supone, deberían aprovechar para darle una buena comunicación y tratar de presentar así un elemento diferenciador al público.

Ca sa Galesa

En el portal web no aparece ningún indicio de que realice prácticas relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa.

B. Hoteles en Ibiza

Aguas de Ibiza

En la web del hotel aparece un apartado de ECOLUJO que engloba cual es la visión, lo que ellos llaman eco mandamientos, ahorro y prácticas sostenibles.

Empezando por la visión se han planteado el hotel como un proyecto que apuesta por una gestión medioambiental combinada con la calidad. Para esto desarrollan un plan de acción para lograr una buena gestión. Intenta establecer políticas de construcción acordes al entorno, trabajar con proveedores que cuiden el entorno... es decir saben de la importancia del papel que la empresa tiene para salvaguardar su entorno.

Los eco mandamientos son acciones que llevan a cabo porque quieren ofrecer productos y servicios que satisfagan modos de vida sostenible, sin abandonar las comodidades del lujo. Exactamente cuentan con 9:

- Ofrecer siempre productos de la más alta calidad, como por ejemplo comidas con ingredientes naturales.
- Incorporar innovaciones medioambientales y utilizar recursos renovables.

- Utilizar los últimos avances tecnológicos no solo para la comodidad, sino también para el ahorro energético.
- Además de poner en práctica, ser promotores de un desarrollo sostenible y social de la comunidad.
- Utilizar el sentido común a la hora de utilizar los recursos energéticos e hídricos.
- Buscar partners tanto públicos como privados para desarrollar iniciativas medioambientales.
- Informar a los clientes del hotel de las actividades sostenibles llevadas a cabo y permitirles observar los resultados obtenidos.
- Utilizar parte de los beneficios para donarlos a alguna ONG o fundación.
- Promover artistas o artesanos originales que mantengan vivas las tradiciones de sus oficios.

Referente al ahorro cuentan con un edificio completamente domótico para ahorrar energéticamente:

- Utilización de detectores para optimizar la luz solar exterior.
- Utilización de bombillas de bajo consumo en todo el hotel.
- Sensores que detectan pérdidas de agua para evitar el mal uso.
- Utilización de un sistema de ahorro energético que utiliza el agua extraída de un manantial del subsuelo y la devuelve posteriormente.

Sobre las prácticas sostenibles que llevan a cabo se encuentran las siguientes:

- Uso de cortinas automáticas que evitan el calentamiento por el sol y que evitan mantener encendido el climatizador mientras no se encuentra el huésped en la habitación.
- Creación de un doble circuito de agua para evitar su desecho y reutilizarla en el circuito de saneamiento.
- Instalaciones de un cristal que reduce la pérdida energética al exterior en todo el hotel.
- Utilización de intercambiadores para optimizar el consumo energético de la climatización del agua sanitaria, las piscinas y el SPA.

- Organización de las instalaciones para selección y tratamiento de los residuos.
- Producción de energía fotovoltaica para la iluminación de jardines y exteriores del complejo.

El hotel cuenta con el reconocimiento del premio Eco Luxury Retreats of the World que presenta para certificar que realmente se trata de un establecimiento de ECOLUJO.

En este caso toman la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa como un elemento diferenciador y como tal le acompaña una buena estrategia de comunicación y promoción, ya que deben hacer llegar el mensaje que quieren transmitir a todos los interesados.

Sólo con entrar en la web del hotel nos anuncian mediante una imagen central que son un establecimiento de ECOLUJO. Una vez desaparece este primer anuncio existe un apartado específico con el mismo nombre donde se explican las actividades responsables y que es igualmente comparable en términos de visualización al resto de pestañas; habitaciones, el hotel, SPA...

De esta manera realizan un esfuerzo por hacer llegar a los usuarios cual es su filosofía, ya que al tratarse de un elemento diferenciador es una tarea indispensable.

Gran Hotel Ibiza

No he encontrado que realice ninguna estrategia de Responsabilidad Social Corporativa.

C. Hoteles en Menorca

Quinta Resort Hotel

En la web del hotel aparece un apartado, aunque un poco secundario, de políticas medioambientales que están llevando a cabo, aunque no de forma específica en este hotel, sino por el Grupo Salgar Hotels en general.

Los principios en la gestión de un sistema integrado de calidad, medio ambiente, salud y seguridad social son los siguientes:

- Cumplir con las legislaciones vigentes que sean de aplicación general.
- Dirigir los esfuerzos a conocer las necesidades y expectativas de los clientes, ofreciendo productos que las satisfagan.
- Aplicar y utilizar procesos y productos ecológicamente eficientes.
- Orientar la gestión hacia la excelencia, a través de procesos de prevención y mejora continua en los que toda la organización tiene algo que aportar.
- Mantener una relación de colaboración con los proveedores como forma de promover su incorporación a los procesos productivos de la empresa y minimizar los impactos ambientales derivados.
- Mantener una relación de diálogo y colaboración con las Administraciones orientada a la prevención o resolución de emergencias ambientales o de salud laboral.
- Informar claramente y con regularidad a los Grupos Interesados sobre las actividades medioambientales de la empresa publicando los informes necesarios.
- Informar, sensibilizar y formar a todos los trabajadores/as sobre sus obligaciones en materia de seguridad y sobre los aspectos ambientales que les afecten.

Para dar seguridad a los usuarios, el Director General y la Directora de RRHH&Calidad hacen una declaración sobre su intención de asegurarse del cumplimiento de los principios anteriormente enumerados. El hotel también ha sido galardonado con el premio del turismo sostenible Travelife Gold y así nos lo hacen llegar desde la web.

En este caso tal como he dicho al principio el apartado de políticas de medioambiente se encuentra en una pestaña secundaria que no se visualiza en un primer momento y además te conduce a las actividades que realiza el Grupo en conjunto. Desde ahí únicamente comunican de manera informativa cuáles son sus principios pero no profundizan en cuáles son las prácticas reales que están llevando a cabo, si es que las llevan.

IV. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN OTRAS WEBS

A. Motores de búsqueda

Antes de empezar a investigar por esta vía, me planteé que debía pensar diferentes palabras clave para buscar en los varios motores de búsqueda que existen y entre las combinaciones que consideré más adecuadas se encuentran las siguientes:

- “Reservar hotel 5 estrellas RSC Baleares”
- “Hotel 5 estrellas RSC Baleares”
- “Hoteles socialmente responsables en Baleares”
- “Hoteles lujo responsables en Baleares”

Con todas ellas he obtenido el mismo resultado de fracaso. Con cualquiera de las combinaciones que realizara obtenía que las palabras “5 estrellas” u “hoteles de lujo” tienen mucha más fuerza a la hora de regir la búsqueda que la que puede tener la Responsabilidad Social Corporativa.

Resulta frustrante que se prueben mil combinaciones diferentes de búsqueda y que ninguna de ellas aporte lo que se está buscando. Y cuando se consigue obtener un resultado que puede parecer acorde con lo que se busca, te das cuenta que aparece porque de manera secundaria ha encontrado en la web corporativa del hotel la palabra “Responsable”.

La mayoría de las entradas que aparecen están relacionadas con el Grupo Meliá Hotels International, aunque estas son de noticias antiguas o de ofertas que realiza la cadena y en resultados bastante más alejados de los primeros aparece alguna referencia al Grupo Starwood Hotels, pero con la misma dinámica que lo que se ha obtenido de Meliá.

Prácticamente todos los hoteles y cadenas hoteleras, así como otras webs de reservas de hoteles, entre otras, no realizan esfuerzos para que las combinaciones de palabras clave anteriores en una búsqueda puedan dar algún resultado de interés para quien las utiliza. Parece ser que la única

inversión en posicionamiento online que se lleva a cabo es la de dar a conocer a los hoteles como cualquier otro por los servicios que siempre se han dado.

B. Webs de comparativa de productos

Existen gran cantidad de webs de comparativa de precios y entre ellas algunas que sirven para buscar hoteles. La dinámica de estas páginas consigue en seleccionar un hotel o una ciudad, las fechas de la estancia, el número de habitaciones y para cuantas personas se quiere hacer la reserva. Una vez introducidos estos datos básicos, ofrecen la posibilidad de filtrar la búsqueda por criterios un poco más específicos.

He buscado en diferentes webs de comparativa de productos como:

- Atrápalo
- Comparar Hoteles
- Destinia
- Trivago
- Rumbo
- Kayak
- Tripadvisor

En todas ellas se sigue la misma sistemática, y los filtros que ofrecen son del tipo de número de estrellas, servicios, segmentos, regímenes y precio. Hay algunos que ofrecen la posibilidad de elegir el tipo de establecimiento, por ejemplo entre sol y playa, de negocios, rural, etc.

Ninguna de las posibilidades que ofrecen todo este tipo de webs incluye la opción de buscar por hoteles que estén relacionados con prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa. El filtro más cercano y que puede tener relación es la búsqueda de establecimientos que estén adaptados a personas con discapacidad, ya sea mediante accesos, parking...

Un caso curioso en el estudio de este tipo de webs ha sido Tripadvisor, que en la página inicial van planteando diferentes tipos de encuestas y una de ellas era la siguiente: *¿Cómo eres de respetuoso con el medio ambiente en vacaciones en comparación con cuando estás en casa?* y en el momento de

realizar la búsqueda de un hotel no ofrece ninguna opción para elegir establecimientos que cumplan con la Responsabilidad Social Corporativa.

C. Portales de turismo responsable, buenas prácticas ambientales, sociales o culturales

Existen gran variedad de portales de turismo responsable, así como páginas web que tratan sobre buenas prácticas ambientales, sociales y culturales. El contenido de la mayoría de éstas, no es más que algunas publicaciones y noticias relacionadas con los temas que se pueden englobar por este título. Los temas que tratan son bastante amplios, ya que pueden ir desde la ecología hasta prácticas sostenibles, pasando por medio ambiente. No he encontrado ninguna web de este estilo que pudiera proporcionarme algo de demasiado interés, ya que para poder conseguir el objetivo del proyecto hubiera necesitado que la información que proporcionan fuera algo más precisa. Por ejemplo podrían proporcionar noticias más específicas del sector hotelero y de hoteles en concreto. Resulta algo complicado poder analizar la comunicación y la Responsabilidad Social Corporativa si toda la información que proporcionan es bastante generalizada.

Otra peculiaridad que existe en este tipo de páginas es que únicamente hacen publicaciones de aquellos hoteles que son clientes suyos. Es decir, para que un hotel aparezca en ese portal es necesario, para entenderlo mejor, que la cadena a la que pertenece se encuentre “inscrita”. No parece que esto sea lo más adecuado, ya que haciéndolo de la manera que lo hacen, únicamente están incluyendo un sesgo en la información que pueden encontrar los usuarios.

Únicamente el Grupo Meliá Hotels International aparece en estos portales, aunque su aparición es meramente en forma de noticias. Esto también es importante para la cadena, ya que significa que tienen una buena estrategia de comunicación y son capaces de llegar a estas webs de contenido tan amplio.

D. Fundación entorno

La Fundación Entorno-Consejo Empresarial Español para el Desarrollo Sostenible es una organización privada sin ánimo de lucro que se propone la

misión de trabajar con los líderes empresariales abordando los retos de desarrollo sostenible como oportunidades de negocio.

Meliá Hotels International forma parte del área de trabajo relacionada con el consumo, ya que a los consumidores cada vez les importa más el concepto de vida sana y respeto del medio ambiente. Se han interesado por el tema de que la sociedad de consumo se encuentra en un momento de transformación, para aprovecharse de las oportunidades que pueden sacar de esto las empresas.

Meliá Hotels Internacional también colabora con el Foro Estilo Sostenible que trata de promover actitudes y acciones que fomenten estilos saludables y hagan más sostenible la vida diaria de las personas. Tal y como indica el vicepresidente del Grupo Sebastián Escarrer: “ Estoy absolutamente seguro de que la compañía que apuesta por un modelo de negocio sostenible y por un modelo de relación y diálogo con sus grupos de interés no solo está reforzando y protegiendo su negocio frente a adversidades futuras, sino que además lo está haciendo más rentable. En una compañía como Meliá Hotels International podemos llegar con nuestro mensaje a más de 2,5 millones de clientes asiduos. La capacidad de influencia que poseemos sobre nuestros grupos de interés es una gran responsabilidad y debemos utilizarla con conocimiento para abordar conjuntamente con ellos el reto de la sostenibilidad” queda justificada la participación en este tipo de proyectos. Con esto el Grupo sigue demostrando el interés que tienen en relación a seguir una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa y de hacerla llegar a los interesados.

Del resto de los hoteles y compañías que forman parte de este estudio no se ha encontrado que exista ninguna relación con esta Fundación en concreto y en parte es algo que se podía prever porque el Grupo Meliá ha sido el que desde un principio ha destacado con su implicación con la Responsabilidad Social Corporativa y el que la ha hecho de esta una parte fundamental de su estructura de negocio.

E. Cátedras de RSC

A continuación se han revisado dos cátedras conocidas que han publicado informes sobre el sector turístico:

- La Cátedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa es el resultado de un acuerdo de colaboración entre Mango y la Escuela Superior de Comercio Internacional (ESCI) y tratan, como objetivo principal, de profundizar en el estudio de esta materia y, en general, analizar la sostenibilidad de la actividad económica y empresarial.

Han realizado gran cantidad de estudios de caso y publicaciones relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa de empresas internacionales y entre ellos se encuentra una publicación sobre Sol Meliá. En ella se examinan tanto la estrategia como las actuaciones relacionadas con Responsabilidad Social Corporativa que lleva a cabo la empresa, así como tratan de identificar factores de éxito en el modelo que han utilizado. De esta manera y considerando que el Grupo Meliá ha dado lugar a que sea un caso de estudio en el tema que estamos tratando, una vez más se demuestra como la empresa ha sido capaz de implementar una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa, y lo que es más importante, ha sido capaz de comunicarlo de manera efectiva. Si no hubieran hecho esfuerzos de comunicación y promoción, no habría sido conocida por ello ni llegar a ser tan importante como para convertirse en una empresa de referencia en el tema que concierne.

- La Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de Nebrija y el Banco Santander fue creada con los objetivos de investigar las relaciones de Responsabilidad Social de las organizaciones y la sociedad y por otro lado, difundir el conocimiento que generan a través de actividades públicas.

Existen varias publicaciones relacionadas con el turismo en las cuales aparecen tres de las cadenas hoteleras que forman algunos de los hoteles que son analizados.

En primer lugar aparece **Barceló Corporación Empresarial** que tiene diferentes áreas de actuación; salud, tercer mundo, educación y formación, discapacitados y desarrollo. Algunos de los proyectos que

lleva a cabo son los siguientes: campaña anual de donación de sangre con la Hermandad de Donantes de Sangre de Baleares, campaña anual de recogida de juguetes entre los empleados para colaborar con la Cruz Roja, ha desarrollado un programa específico de igualdad de oportunidades de la mujer en el trabajo y utiliza felicitaciones de Navidad de Aldeas Infantiles. Estas son solo algunas de las prácticas que tienen en sus diferentes programas de actuación.

En segundo lugar aparece **Sol Meliá Hoteles** que tiene diferentes áreas de actuación; servicios sociales, salud, educación, formación profesional y empleo. Algunos de los proyectos que lleva a cabo son los siguientes: cede sus instalaciones y servicios, colabora con ayuntamientos de varias provincias para ofrecer alojamiento gratuito a mujeres víctimas de maltrato hasta que pueden ir a una casa de acogida, organiza campañas de donación de sangre, recogida de juguetes..., facilita el empleo a personas desfavorecidas y patrocina proyectos sociales. Estos son solo algunos de los proyectos que tienen en sus diferentes líneas de actuación.

Como en el resto de fuentes que se han ido examinando para ver como es la comunicación que realizan los hoteles o las cadenas hoteleras a las que pertenecen en su defecto, claramente Meliá Hotels International tiene un papel destacable y se sitúa por encima de sus competidores en tema de Responsabilidad Social Corporativa. Toda esta reputación no la hubiera ganado si un hubiera sido capaz de hacer llegar, no tan solo a los clientes, sino a todos los grupos de interés, sus propósitos.

F. Programa de Hoteles Amigos

El Programa Hoteles Amigos se trata de una iniciativa de UNICEF España con el sector turístico para realizar acciones a favor de la protección de la infancia, y específicamente para la lucha contra la explotación sexual comercial infantil en los viajes. Las empresas hoteleras se convierten en entes sociales que colaboran con la ONG en programas de protección y defensa de los derechos de los niños formando un movimiento de turismo responsable.

La única cadena hotelera, de las que forman parte del estudio, que se encuentra involucrada en el desarrollo de proyectos y acciones de protección de la infancia, al igual que en otras ocasiones, es el Grupo Meliá Hotels International. Una vez más siguen desarrollando y participando, ya sea de manera individual o mediante colaboraciones, en acciones solidarias en los diferentes ámbitos de la Responsabilidad Social Corporativa.

Que no sea únicamente a través de su web corporativa por la que den a conocer su estrategia de responsabilidad, es un hecho que le da más veracidad e implicación a sus políticas, ya que son terceros independientes los que avalan y nombran a la cadena continuamente en actos socialmente responsables.

V. TABLA COMPARATIVA

A continuación se encuentra una tabla comparativa que tiene la intención de resumir, de manera gráfica, los elementos más importantes que han sido caso de estudio durante todo el proyecto.

Hotel	Web Corporativa	Memoria de RSC	Fundación	Buen posicionamiento en buscadores	Buena comunicación de la RSC	Importancia de la RSC
Castillo Hotel Son Vida	Sí	No	Sí	Sí	No	No
Barceló Formentor	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Maricel	Sí	No	No	No	Sí	Sí
Can Cera	Sí	No	No	No	No	No
Protur Biomar Gran Hotel y Spa	Sí	No	No	No	Sí	Sí
Son Brull	Sí	No	No	No	Sí	Sí
St.Regis Mardavall	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
Meliá Cala D´or y Meliá del Mar	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí
Parc Natural y Grupotel Valparaiso	Sí	No	No	No	No	No
Sheraton Mallorca Arabella	Sí	No	Sí	Sí	No	No
Ca sa Galesa	Sí	No	No	No	No	No
Aguas de Ibiza	Sí	No	No	No	Sí	Sí
Gran Hotel Ibiza	Sí	No	No	No	No	No
Quinta Resort Hotel	Sí	No	No	No	No	No

VI. PRINCIPALES CONCLUSIONES

- Una primera conclusión a la que he llegado desde el momento que realizaba la búsqueda de información, es que al tratarse de hoteles de lujo, le dan más importancia a la calidad de su servicio y a la promoción en sí, más que a realizar una mera comunicación de su Responsabilidad Social Corporativa. La mayoría hace de esta un elemento estático en su web donde de manera secundaria la mayoría de veces, únicamente se encuentra una enumeración genera de prácticas relacionadas pero que dan la impresión de no ir más allá.

Son muy pocos los hoteles, y más que nada el Grupo Meliá Hotels International, los que realmente tienen integrados dentro de su estructura de negocio la Responsabilidad Social Corporativa y por tanto llevan a cabo una comunicación, ya sea mejor o peor según el caso.

La razón, a mi parecer, es que al tratarse de un elemento que forma parte de ellos al igual que muchos otros como; la estructura organizativa, las actividades de su negocio... La comunicación se convierte en un elemento que se encuentra íntimamente ligado y que resulta imprescindible no solo ante una comunicación externa, sino de manera interna en la propia empresa.

- Muy ligado con el punto anterior se encuentra que el Grupo Meliá se encuentra muy lejos de sus competidores en cuanto a Responsabilidad Social Corporativa y comunicación de la misma. Esto es por lo que se ha ido comentando a lo largo del proyecto referente a que para el Grupo esta filosofía se ha convertido en uno de sus pilares básicos dentro de su plan estratégico de negocio.
- Otro aspecto que es de aplicación común a muchos casos es la importancia de presentar los premios y reconocimientos que han recibido por parte de terceros independientes relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa. La sociedad cada vez se vuelve más exigente con las empresas y esto hace que deban realizar cambios. Internet se ha convertido en un medio clave para que los grupos de interés puedan conocer más sobre la empresa y sus comportamientos y por este motivo aparece un nuevo punto a tener en cuenta y es el hecho

de que además de la importancia de la comunicación que realice la empresa por su cuenta, la información que pueden proporcionar los terceros es cada vez más un hecho trascendental. Esto es porque la información que puede llegar desde estas fuentes es ajena a la empresa y por tanto no se verá influenciada, se presupone que aportan una visión objetiva de los hechos.

- Nuevamente la importancia de la comunicación online nace en el hecho de que cada vez resulta más común y extendido que se consulte información por internet sobre las empresas, y este hecho aumenta aún más si como fin existe una intención de compra. De esta manera la empresa debe esforzarse en realizar una buena comunicación de todos los elementos que le interesan y en este caso de la Responsabilidad Social Corporativa, para intentar transmitir a los usuarios sus valores.
- Existe una clara diferencia entre los hoteles que realizan una comunicación unidireccional, es decir, una comunicación de la empresa hacia los grupos de interés y los que han avanzado y han pasado a realizar una comunicación bidireccional que interactúa con los grupos de interés. En el proyecto se ha podido ver como ya hay algunos hoteles que en el apartado de Responsabilidad Social Corporativa incorporan el elemento dinámico que facilita la comunicación entre los interesados. Por ejemplo se ha visto el caso de facilitar datos de contacto, ya sea mediante correos electrónicos o números de teléfono, añaden enlaces para poder sumarse a campañas benéficas o añaden enlaces para poder incluso enviar solicitudes de colaboración, entre otros.

Ya en el 2003 el profesor J. M. Rodríguez comentaba en su libro *El Gobierno de la Empresa: un enfoque alternativo* que “Es evidente la necesidad de una transición de un modelo financiero basado en la creación de valor para el accionista a un modelo pluralista y que se fundamenta en la creación de valor de los stakeholders o partícipes a través de su participación (valga la redundancia) en la gestión de la empresa”.

- Un aspecto destacado durante el estudio es que algunos hoteles no desarrollaban o no comunicaban que existiera una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa que fuera individual. Cuando los

hoteles pertenecen a un Grupo, la mayoría de veces, únicamente aparece la información relacionada con las políticas generales. De cierta manera, si una cadena hotelera empieza a poner en práctica actuaciones responsables de manera individual en cada establecimiento, parece una decisión desestructurada. Resulta más lógico pensar que como un conjunto y como una nueva filosofía que es como se puede entender la Responsabilidad Social Corporativa, las políticas se integren y se desarrollen a nivel de Grupo. Aunque eso sí, como opinión personal, creo que favorecería a la credibilidad de las empresas que aún tener una estrategia global, especificaran en cuáles de estas políticas desarrolla la estrategia cada hotel. Por eso considero que la comunicación ideal sería a dos niveles; por un lado a nivel corporativo de la cadena y por otro a nivel de cada establecimiento.

- Existen pequeñas discrepancias en el tema de la comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa. Tal y como anuncian en la Cátedra de MANGO sobre Sol Meliá “A diferencia de aquellas empresas que toman la Responsabilidad Social Corporativa como una estrategia de comunicación o marketing, Sol Meliá quiere trabajar sobre todo a nivel interno y no vender humo... La Responsabilidad Social Corporativa no puede ser entendida como una estrategia de comunicación sino que debe partir de un convencimiento ético y de unos valores acordes”. ¿No es combinable una estrategia de comunicación con una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa? Discrepo totalmente con esta visión que tienen, ya que considero totalmente factible que exista una relación entre ellos, y más bien aseguraría que la existe.

Lógicamente iniciar una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa es porque existe un convencimiento interno y se asumen una serie de valores para mejorar socialmente, pero esto no es excluyente de que se deba comunicar de la mejor manera posible y al mayor número de personas. Una cosa es informar de los valores que tienes como empresa para que los grupos de interés lo sepan y se interesen, incluso quieran ser partícipes, y otra cosa muy diferente es que se utilice esta comunicación como un método para que la empresa

se lucre perdiendo el objetivo de la Responsabilidad Social Corporativa de ayudar con tus actos.

Estoy de acuerdo con lo que algunos profesionales piensan de que “Es tan importante hacer las cosas bien hechas, generando valor compartido para todos tus grupos de interés, como comunicarlo y que sea percibido como tal”.

- Todas las páginas de comparativa de productos están basadas en que los usuarios puedan encontrar desde su web el hotel más barato posible. Ciertamente añaden la posibilidad de que los clientes puedan usar filtros de búsqueda, pero el criterio estrella es el precio.

Al igual que añaden la posibilidad de buscar diferentes tipos de hoteles, sería de interés para muchos individuos que pudieran encontrar la opción de buscar establecimientos que cumplan con ciertos requisitos responsables.

- A grandes rasgos se podría llegar a la conclusión generalizada de que es importantísimo que tras una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa se encuentre el respaldo de una buena estrategia de comunicación. Tan importante es que la empresa asuma una serie de valores, como que sea capaz de transmitirlos a los grupos de interés que la rodean.

Para llevar a cabo esta tarea lo mejor que pueden hacer es desarrollar una buena comunicación desde la propia web corporativa, ya que a partir de esta pueden dar a conocer todas las políticas que llevan a cabo, así como cuáles son sus socios en el viaje de la Responsabilidad Social Corporativa.

Contrario a la conclusión que se llega, la mayoría de los hoteles de lujo analizados en este proyecto no lo hacen así. Continúan dando máxima importancia al elemento diferenciador que tienen sobre el resto del tejido hotelero de las Islas Baleares, poder ofrecer un turismo de alto nivel y calidad.

VI. BIBLIOGRAFÍA

http://www.pactomundial.org/iniciativarsepyme/cap1_2.htm 26/03/2013

http://www.starwoodhotels.com/luxury/property/features/environmental_details.html?propertyID=3090 26/03/2013

http://www.barcelo.com/BarceloFoundation/es_ES/home_fundacion.aspx
26/03/2013

<http://www.starwoodhotels.com/corporate/about/citizenship/index.html>
26/03/2013

<http://www.starwoodhotels.com/corporate/about/citizenship/environment.html>
26/03/2013

<http://www.starwoodhotels.com/corporate/about/values/index.html> 26/03/2013

<http://www.starwoodhotels.com/corporate/about/values/supplier.html>
26/03/2013

<http://www.starwoodhotels.com/corporate/about/values/diversity.html>
26/03/2013

<http://www.meliahotelsinternational.com/es/sostenibilidad> 27/03/2013

<http://www.europapress.es/nacional/noticia-rsc-hoteleros-mallorca-participan-campana-unicef-contra-explotacion-sexual-infantil-20130111192419.html>
27/03/2013

<http://www.aguasdeibiza.com/> 27/03/2013

<http://www.fundacionentorno.org/Areas-trabajo/Consumo> 27/03/2013

<http://www.estilosostenible.es/compromiso.html> 27/03/2013

<http://mango.esci.es/assets/Uploads/Documentos-de-trabajo/Documento-de-trabajo-12ACVS.pdf> 01/04/2013

Ayuso, S. y Garolera, J. (2012) Códigos éticos de las empresas españolas: ¿Qué compromisos contienen?, *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 11, Mayo-Agosto 2012, pp. 77-103.

http://www.nebrija.com/catedras/nebrija-santander-responsabilidad-social/pdf/biblioteca/AccionSocial_empresaturistica.pdf 01/04/2013

<http://www.unicef.es/cooperacion-internacional/empresas/programa-hoteles-amigos> 01/04/2013

http://www.hosteltur.com/192100_es-sector-hotelero-socialmente-responsable.html 02/04/2013

<http://www.nebrija.com/catedras/nebrija-santander-responsabilidad-social/pdf/presentacion/RSC-para-mejorar-la-imagen-de-marca.pdf> 02/04/2013

http://www.eexcellence.es/index.php?option=com_content&view=article&id=651:beatriz-revilla-gutierrez&catid=57:fundacion-luis-vives&Itemid=67 03/04/2013

Lamb Charles, Hair Joseph y Mc Daniel Carl, (2006) «*Marketing*», Pág. 484.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n> 03/04/2013

AECA (2004) Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa, Documentos AECA Serie Responsabilidad Social Corporativa, Documento nº 1

<http://es.categoria.responsiblehotels.travel/> 05/04/2013

www.atrapalo.com 10/04/2013

www.compararhoteles.com 10/04/2013

www.destinia.com 10/04/2013

www.trivago.es 10/04/2013

www.tripadvisor.es 10/04/2013

www.rumbo.es 10/04/2013

www.kayak.es 10/04/2013

<http://www.ecomallorca.net/blog/tema/turismo-sostenible> 11/04/2013

<http://www.ecoturismo.org/category/turismo-responsable/> 11/04/2013