

Universidad de Oviedo

Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

TRABAJO FIN DE MÁSTER

**SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA EN LOS ALOJAMIENTOS
HOTELEROS DE CUATRO ESTRELLAS DE GIJÓN**

Autor: Iulia Adriana Cimpian

Tutor: Marta Vidal Suarez

Julio, 2015

AUTORIZACIÓN

D./Dña. Marta Vidal Suarez, tutor del Trabajo Fin de Máster realizado por D./Dña Iulia Adriana Cimpian, en el Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo de la Universidad de Oviedo, **AUTORIZA** la presentación y defensa del presente Trabajo Fin de Máster.

Gijón, 13, Julio, 2015.

Firma del tutor

A handwritten signature in black ink that reads "Marta Vidal". The signature is written in a cursive style and is enclosed within a hand-drawn oval shape.

DECLARACIÓN

D./Dña Iulia Adriana Cimpian **DECLARA** que es el autor del presente Trabajo presentado para optar al título de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Oviedo, que es un Trabajo original realizado para este fin y que se han detallado todas las fuentes bibliográficas relevantes utilizadas durante su elaboración.

Gijón, 13, Julio, 2015.

Firma del estudiante

RESUMEN

La sostenibilidad se ha convertido en una tendencia dominante en el sector turístico no solo por sus implicaciones ambientales sino también por sus implicaciones en la reducción de costos y la imagen empresarial. Para cumplir con las expectativas de un mercado cada vez más diverso y competitivo, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se ha convertido en un *must have* en la gestión empresarial. Los hoteleros deberán introducir en su gestión la responsabilidad social, con el fin de lograr la sostenibilidad. Este trabajo hace un análisis del comportamiento socialmente responsable en sus tres dimensiones económico, social y medioambiental de los hoteles de cuatro estrellas de la ciudad de Gijón, ya que para la sostenibilidad de este destino las acciones y las medidas responsables en el ámbito hotelero son un instrumento fundamental.

ABSTRACT

Sustainability has become a dominant trend in tourism but not only for their environmental implications but also because of its implications on reducing costs and improve corporate image. To meet the expectations of an increasingly diverse and competitive market, the Corporate Social Responsibility (CSR) has become a *must have* in the business management. The hotel management should have more social responsibility, in order to achieve sustainability. This paper analyses the socially responsible behaviour in its three dimensions economic, social and environmental of the four-star hotels of the city of Gijon. The sustainability of this destination shows that responsible actions measures in the hotel sector are key instruments.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL: RSC Y SOSTENIBILIDAD	3
3. RSC Y SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR HOTELERO	10
3.1 RSC en el ámbito hotelero.....	10
3.2 Herramientas de gestión RSC.....	12
3.3 Sostenibilidad en el ámbito hotelero	17
4. GIJÓN – DESTINO SOSTENIBLE.....	25
5. CONYUNTURA TURISTICA DE GIJÓN.....	27
6. OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURISTICOS	30
6.1 Oferta de alojamientos hoteleros.....	31
7. SOSTENIBILIDAD Y RSC EN LOS HOTELES DE CUATRO ESTRELLAS DE GIJÓN.....	35
7.1 Resultados del estudio	38
8. CONCLUSIONES	56
BIBLIOGRAFIA	58
ANEXOS	62
Anexo 1.....	62
Índice de tablas.....	62
Índice de gráficos.....	62
Anexo 2.....	63
Encuesta.....	63

1. INTRODUCCIÓN

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. En este contexto, el turismo ha sido identificado como uno de los únicos sectores que puede hacer una contribución positiva para conseguir un planeta más saludable (OMT, 2015).

Actualmente el sector turístico se encuentra en un momento de cambio en el que debe enfrentarse a nuevos retos. Los turistas de hoy en día, la propia sociedad y el entorno exigen a las empresas un reporte social de los beneficios que obtienen, demandando un comportamiento responsable con el medio.

Para afrontar estos procesos de cambios, el sector ha apostado por la sostenibilidad integrando dentro de la gestión de sus compañías las prácticas socialmente responsables.

Gijón, es una ciudad costera que ofrece una amplia oferta cultural, gastronómica y deportiva, en un entorno verde que la rodea. Cumple con todos los elementos necesarios para ser una de las principales ciudades del norte de España más responsables a nivel nacional e internacional en materia de sostenibilidad. Es la segunda ciudad del mundo que ha conseguido la certificación “Biosphere World Urban Destination”, colocándose en la vanguardia en cuanto a turismo y sostenibilidad.

Dentro del sector turístico gijonés, la hotelería llegó a ser una pieza clave en la cadena de actividad turística, y por tanto la sostenibilidad de los hoteles de este destino se convierte en un aspecto fundamental.

El propósito de este estudio es conocer el grado de implantación y compromiso en materia de RSC por parte del sector hotelero gijonés, un sector que en la actualidad busca orientarse hacia la innovación, la calidad y la sostenibilidad.

Para ello se analizan dos elementos, por un lado, el comportamiento sostenible desde el punto de vista medioambiental y, por otro, las acciones de RSC que llevan a cabo los hoteles de cuatro estrellas de la ciudad de Gijón.

A través de este estudio se busca conocer si los establecimientos hoteleros practican una política sostenible mediante el uso de las prácticas de RSC y si se utiliza alguna herramienta específica.

El estudio se centra en los hoteles de categoría superior, ya que son el subsector que más interés ha demostrado hacia la implementación en su gestión de estos conceptos.

A lo largo del trabajo, se intentara obtener respuestas a cuestiones como:

- características del comportamiento socialmente responsable de los establecimientos hoteleros
- los principios y los valores de sostenibilidad en los que se apoyan y las medidas adoptadas para la tal fin
- presencia de las herramientas de gestión de la RSC y gestión medioambiental
- métodos de comunicación del comportamiento socialmente responsable en la gestión hotelera

El campo de estudio lo conforman los trece hoteles de cuatro estrellas de la ciudad de Gijón y, como una base metodológica del proyecto, se plantean dos técnicas fundamentales de investigación: la encuesta y el análisis de contenido.

Para obtener información por parte de los profesionales del sector se ha utilizado la encuesta, realizándose un total de 13 cuestionarios a directivos de los hoteles de cuatro estrellas con preguntas estructuradas en dos bloques: RSC por una parte y sostenibilidad por otra. El diseño del formulario permite analizar la importancia que se concede a las prácticas de RSC y sostenibilidad en la gestión hotelera y averiguar si estas acciones están certificadas (véase anexo 2).

A parte de las encuestas, se ha analizado el contenido de las páginas web corporativas y otras páginas web que ofrecen información sobre las actividades de las empresas hoteleras que hacen el objeto del estudio.

El trabajo queda estructurado en 3 bloques, configurando en el primero el núcleo teórico de la responsabilidad social corporativa y de la sostenibilidad, mientras que en el segundo bloque se presenta una radiografía general de la responsabilidad social corporativa del sector hotelero español como herramienta para alcanzar la sostenibilidad. En este mismo bloque se hará una revisión de los métodos y estrategias que se han adoptado en la hotelería para hacer de esta industria una más amigable con el medio ambiente.

La tercera parte presenta la coyuntura turística actual de Gijón y describe el resultado del análisis empírico de las principales acciones que integran los principios de la práctica de Responsabilidad Social Corporativa en el ámbito de actuación de los hoteles de cuatro estrellas de la ciudad.

2. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL: RSC Y SOSTENIBILIDAD

La Responsabilidad Social Corporativa, también conocida como Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSC) y el desarrollo sostenible son dos conceptos que en los últimos años han cobrado mucha relevancia como estrategias que pueden contribuir al desempeño financiero de las empresas y a construir un futuro equitativo y sostenible (Alonso-Almeida, et al., 2012).

El concepto de RSC nace en 1953 con la publicación del trabajo de Howard Bowen - *Social Responsibilities of the Businessmen*. Bowen consideraba que no es suficiente sólo producir bienes y servicios, sino es necesario devolver a la sociedad parte de lo que ésta les había facilitado.

Un año después, Peter Drucker, en *"The Practice of Management"*, habla sobre la responsabilidad pública, como una de las áreas clave en la dirección empresarial. Los ejecutivos, además de cumplir con su primera responsabilidad con la sociedad que es operar hacia el beneficio, tenían que promover el bien público, contribuir a la estabilidad, el fortalecimiento y la armonía social.

Organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) resaltan la importancia de la RSC pero no llegan a conceptualizarla, limitándose a enunciar solamente una serie de principios o recomendaciones, de carácter voluntario, para que las empresas sean más responsables. En el año 1999, la ONU propuso un Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) cuyo objetivo era conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio de la implementación de Diez Principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción.

La OCDE por su parte promueve la responsabilidad de las empresas fijando unas líneas directrices para empresas multinacionales que contienen recomendaciones sobre aspectos sociales y medioambientales.

A lo largo de los años, la RSC ha sido definida desde diversos ámbitos de modos muy distintos. En la Tabla 1 se recogen las principales definiciones de la Responsabilidad Social Corporativa.

Tabla 1. Definiciones de la Responsabilidad Social Corporativa

<ul style="list-style-type: none"> World Business Council for Sustainable Development, 2000 <p><i>“La RSC es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por el medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida.”</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> The Prince of Wales International Business Leaders Forum, 2005 <p><i>“La RSC es un conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente.”</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> Foro de Expertos del Ministerio de Trabajo, España, 2007 <p>Definió la RSC como, <i>“además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, 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 derivasen de sus acciones”</i>.(BOE-A-2008-3868)</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Libro Verde – Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, 2001 <p><i>“La RSC es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores.”</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • Kofi Annan, Secretario General de las Naciones Unidas, 1999 <p><i>“Una nueva visión de la implicación y la trascendencia de la labor de la empresa en el mundo globalizado en el que vivimos.”</i></p>

Elaboración propia

El Libro Verde de la RSC publicado por la Unión Europea en 2001 establece dos dimensiones de la responsabilidad social, una interna y otra externa.

Tabla 2. Dimensiones de la RSC

DIMENSIÓN INTERNA	DIMENSION EXTERNA
Gestión de recursos humanos	Comunidades locales
Salud y seguridad en el lugar de trabajo	Socios comerciales, proveedores y consumidores
Adaptación al cambio	Derechos humanos
Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales	Problemas ecológicos mundiales

Fuente: Fernández (2011), Elaboración propia

La dimensión interna de la RSC hace referencia a *“las prácticas responsables en lo social que afectan en primer lugar a los trabajadores y se refieren a cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad, y la gestión del cambio, mientras que las prácticas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción. Abren una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad”*.

En lo referente la dimensión externa, en el Libro Verde se especifica que: *“la responsabilidad social se extiende hasta las comunidades locales e incluye, además de a los trabajadores y accionistas, un amplio abanico de interlocutores: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente. El rápido avance de la*

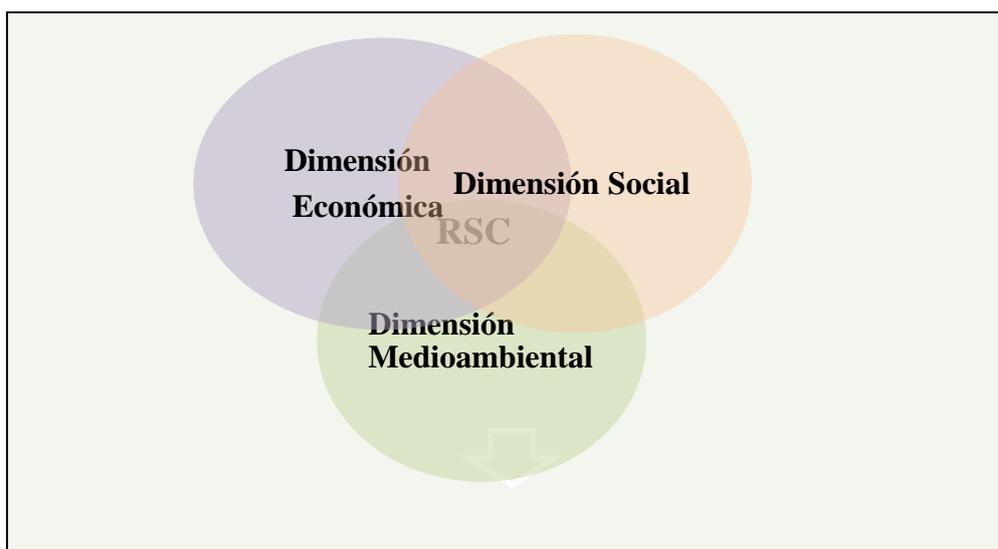
mundialización ha estimulado el debate sobre el papel y desarrollo de una gobernanza mundial; la definición de prácticas voluntarias en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas puede considerarse una contribución al respecto.

Estas definiciones permiten conformar una idea clara sobre el concepto de RSC. Sin embargo, hay que tener en cuenta de que la RSC es un concepto dinámico y en pleno desarrollo, que cambia en función de las necesidades de la sociedad (Alles et al., 2011).

En conclusión, según Martínez (2013) por Responsabilidad Social Empresarial se entiende el compromiso de los empresarios con los valores éticos que dan un sentido humano al empeño por el desarrollo sostenible.

Las empresas solo pueden sobrevivir a medio-largo plazo si resultan económicamente viables, medioambientalmente sostenibles y socialmente responsables. Este es el planteamiento de la denominada “Triple Bottom Line”¹, es decir, las tres dimensiones del triángulo de la sostenibilidad relacionadas con la viabilidad económica (rentabilidad corporativa y crecimiento), la responsabilidad social (ante empleados, clientes y comunidades) y la responsabilidad ambiental (ante la biodiversidad, suelos, aguas y bosques).

Fig.1 Dimensiones de la RSC



Fuente: Informe Responsabilidad Social 2012 Global Research Marketing

¹ introducido por John Elkington en su trabajo *Cannibals with Forks* (1997)

La dimensión medioambiental se concreta en la inversión de I+D² para hacer un proceso productivo más compatible con el medio ambiente; evitar cualquier impacto en el medioambiente de sus actividades, utilizar de manera racional los recursos, tener un código de ética de conducta y publicar un informe anual del medio ambiente.

La dimensión social se centra en las prácticas laborales con respecto a los derechos humanos y cooperación social en el mejoramiento de la calidad de vida en todas las regiones donde operan la empresa. En esta dimensión la empresa debe rechazar la violación de los derechos humanos, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida en toda las regiones donde funciona la empresa, ofreciendo un trabajo justo a todo sus trabajadores independientemente del género, raza, procedencia y religión; también ayudando a los países en su desarrollo, formación de sus empleados y respetando los derechos humanos.

La dimensión económica es la de obtener los mayores beneficios posibles para satisfacer a los *stakeholders*, tener precios bajos con productos o servicios de calidad y preocuparse en la creación de empleo³.

Estas tres dimensiones requieren que estén coordinadas y que exista un equilibrio entre las mismas para que una empresa sea considerada socialmente responsable y contribuya al desarrollo sostenible.

Las definiciones de la RSC tienen muchos elementos similares con la sostenibilidad ya que ambas se centran en cómo las partes interesadas deben ser identificadas y comprometidas con la sociedad y el medio ambiente y que sus iniciativas deben ser medidas para determinar su impacto en la sociedad y en el entorno.

El concepto de Desarrollo Sostenible fue introducido por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo en el informe de Brundtland en 1987, definiéndolo como aquél “*desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades propias*”.

² Investigación y Desarrollo

³ Gestipolis: www.gestipolis.com

La OMT plantea el concepto de Desarrollo Sostenible del turismo, en base a los siguientes puntos:

- dar un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales vivos y sus valores tradicionales, así como contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos suficientes bien distribuidos.

La Carta de Lanzarote (Canarias en 1995), producida por los asistentes a la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, expresa que siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende.

Las relaciones entre turismo y medio ambiente son variadas. El turismo de bajo impacto puede contribuir eficazmente a mejorar las relaciones entre uno y otro, logrando que el desarrollo turístico y la protección del medio ambiente sean actividades complementarias. Algunos de los principales conflictos ambientales del turismo tienen que ver con:

- La energía. El consumo de energía más importante del turismo se produce en el transporte.
- El agua. La industria turística es una gran consumidora de agua.
- Los residuos. Descontrolados, afectan gravemente.
- Los incendios. En gran medida, el turismo suele ser una actividad veraniega que coincide con los meses del año de más calor. Esto, unido al comportamiento incívico de algunos turistas, contribuye al problema.
- El ruido.
- La degradación paisajística. El turismo es un gran consumidor de paisaje (Campodónico, Da Cunha, 2009).

A nivel conceptual, los términos RSC y Desarrollo Sostenible confluyen en torno a sus tres dimensiones de actuación: Dimensión Económica, Dimensión Ambiental y la Dimensión Social. En una empresa, podemos denominar la Responsabilidad Social el camino, que incluye las acciones, valores y comportamientos, que nos conducen a la sostenibilidad.

En definitiva, la Responsabilidad Social es un medio, y la sostenibilidad es el fin que perseguimos. Se considera que una empresa es sostenible cuando pone en el centro de su negocio la aplicación de buenas prácticas de RSC, integrándolas en sus sistemas de gestión (Cobo, 2011).

El sector turístico engloba una multitud de actividades y servicios entre cuales: alojamiento, restauración, transporte, comercialización, y múltiples actividades recreativas y culturales. Todas ellas tienen una gran importancia en el desarrollo económico y social, y para poder llevarlas a cabo se necesita un medio ambiente de calidad que es cada vez más demandado por los turistas (García, Armas, 2007).

Según el Informe de Forética⁴ (2014) las empresas españolas han sido pioneras en la adopción de principios e implantación de herramientas de gestión de la RSC durante la primera década del milenio, mientras que la economía verde aportó al PIB un 2,4% y presenta perspectivas de crecimiento a corto, medio y largo plazo.

Tal como se puede observar la RSC empieza a tener importancia en la gestión empresarial, dado que se quiere obtener un desarrollo sostenible.

La sostenibilidad preocupa hoy en día a la sociedad en su conjunto dado el rápido crecimiento de la población, la incertidumbre respecto al agotamiento de los recursos utilizados y los cambios del clima global. El efecto invernadero causado por una parte por las emanaciones del dióxido de carbono tiene como consecuencia no solamente el cambio climático sino también agravar el descenso de los recursos hídricos y contribuye a la pérdida de la biodiversidad.

Teniendo en cuenta que todas las actividades desarrolladas diariamente influyen en nuestro entorno, de cara al futuro hace falta ser cada día más concienciados y responsables con el medioambiente y la sociedad que nos rodea.

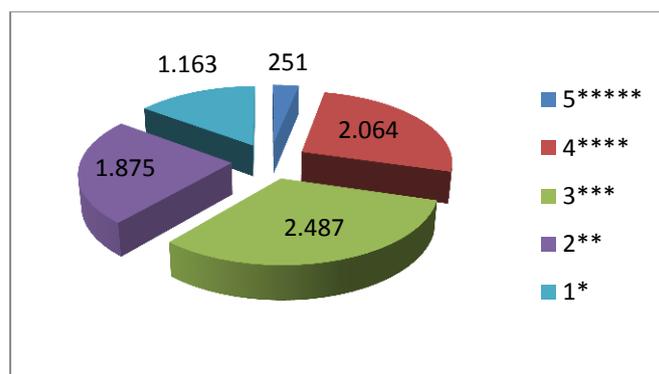
⁴ “Informe RSE y Marca España: empresas sostenibles, país competitivo”, Forética y Marca España, Noviembre, 2014

En el ámbito turístico la responsabilidad social debe ser parte de la filosofía empresarial y fomentar un turismo verde. Por su parte los turistas deberían respetar y apoyar las acciones de las empresas turísticas en esta línea, de tal manera que juntos logren la sostenibilidad.

3. RSC Y SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR HOTELERO

Según los datos provisionales ofrecidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE), en el año 2014, en España se ofertaban aproximadamente 1.261.261 plazas repartidos entre 7.840 hoteles. En la industria hotelero trabajaban el año pasado 171.522 empleados. Analizando los indicadores de rentabilidad hotelera, en 2014 el ADR⁵ tuvo una media de 81,1 euros y el RevPAR⁶ de 48,1 euros, lo que supuso un crecimiento en comparación con 2013 e implícitamente mayor aportación al PIB turístico.

Gráfico 1. Número de hoteles en España, según tipo de categoría



Fuente: INE 2014

Estados datos fortalecen la importancia que el sector hotelero tiene en la economía nacional, pero al mismo tiempo se ha de tener en cuenta no solamente el impacto económico, sino también los impactos sociales y medioambientales que la industria hotelera provoca a su entorno.

3.1 RSC en el ámbito hotelero

El sector hotelero es un elemento clave en la cadena de actividad del sector turístico, y por tanto ocupa un papel importante en la implementación de políticas de RSC, ya que en su actividad diaria impacta tanto en el medio económico como social y

⁵ Average Daily Rate o Tarifa Media Diaria

⁶ Revenue per Available Room o Ingresos por Habitación Disponible

medioambiental (Bohdanowicz y Zientara, 2009). Al mismo tiempo la industria hotelera es responsable de un gran número de impactos negativos en estos entornos, incluyendo la contaminación atmosférica, la pérdida de biodiversidad o la generación de residuos (Chan, 2011). Además, muchos hoteles se ubican próximos a lugares de gran interés cultural o natural atrayendo a un creciente número de turistas lo que impone una creciente huella ecológica (Bohdanowicz, 2005).

En los últimos años, el interés de la industria hotelera ha aumentado en lo que respeta el desempeño social, ambiental y ético. Varios de los representantes de las cadenas hoteleras españolas concluyen que hoy en día, la RSC es un componente imprescindible en la gestión hotelera. Al mismo tiempo, es importante satisfacer las expectativas de los stakeholders, siguiendo una estrategia de sostenibilidad. Esta estrategia debe de ser medible y alineada con los objetivos corporativos, implicar a los trabajadores y, muy importante, saber comunicarla a los clientes. La sostenibilidad supone un impacto mínimo en el entorno, una regeneración del mismo y hay que verla como una inversión, no como un coste⁷.

Tanto los clientes, empleados, inversores, así como los medios de comunicación han comenzado a prestar más atención a las cuestiones de sostenibilidad y ejercen una mayor presión sobre el sector hotelero en estos ámbitos. Por eso en los últimos años los programas de certificación y el *benchmarking* en el sector hotelero se han desarrollado, con el fin de ilustrar el compromiso con el medioambiente y el desempeño social. Dodds y Joppe (2005) afirman que las cadenas hoteleras se han ocupado de los problemas ambientales desde hace años, pero las cuestiones laborales que afectan este sector han llegado recientemente a la luz. Últimamente hay varios debates sobre temas como salarios justos, derechos de las mujeres, diversidad funcional, beneficios sociales, igualdad, transparencia o la negociación colectiva.

En la investigación de Nielsen⁸ sobre RSC (2014) más de la mitad de los encuestados (55%) declaraba que pagaría un precio extra por productos y servicios que procedieran de compañías activas social y medioambientalmente, lo que supone un aumento de un 50% sobre la anterior encuesta realizada en 2012.

⁷ Instituto Tecnológico Hotelero: <http://www.ithotelero.com/>

⁸ Nielsen Global Corporate Social Responsibility Report, June, 2014 - "Doing well by doing good" - www.nielsen.com

Entre los beneficios potenciales de la RSC debemos destacar los siguientes (Forética, 2011):

- discriminación positiva por parte del cliente, que cada vez incorpora más criterios de Responsabilidad Social en sus decisiones de compra;
- mejora del clima laboral y reducción del nivel de conflictividad laboral
- una mayor reputación e imagen de marca, mayor competitividad,
- ahorro en costes en algunos casos,
- fidelización de clientes, e incluso mayor rendimiento económico,
- facilita la consecución de un comportamiento responsable
- mejor relación con los *stakeholders*

3.2 Herramientas de gestión RSC

La complejidad del sector hotelero ofrece la oportunidad del desarrollo de las iniciativas de RSC en todas sus áreas de negocio. Sin importar la fase de desarrollo de la RSC, es fundamental la identificación de los puntos de intersección entre el negocio y la sociedad y el medioambiente⁹.

Haciendo una radiografía de los departamentos de una cadena hotelera como departamentos favorables para las prácticas de RSC destacan:

- Dirección – se pueden establecer relaciones con entidades locales cuya misión se alinee con los objetivos sociales del hotel y con impacto positivo en la comercialización del destino.
- Departamento de RRHH – se pueden desarrollar actividades que agrupen a los empleados al entorno social, desarrollo de iniciativas que mejoren el clima laboral, la cohesión, formación y el trabajo en equipo. Este tipo de iniciativas llevan a que el empleado se comprometa con la compañía, se sienta apreciado y valorado.
- Departamento de Administración – desarrollar iniciativas que pueden asegurar el beneficio fiscal de aportaciones voluntarias, donaciones y al mismo tiempo asegurar la transparencia y funcionamiento ético de la empresa.

⁹ www.ithotelero.com

- Departamento de Marketing y Ventas – en esta área se pueden poner en marcha acciones comerciales o de promoción que contribuyan a causas sociales o medioambientales, participar en actividades comunitarias o apoyar iniciativas económicas locales.
- Departamento de Compras y Almacén – comprar detergentes concentrados que no contengan fosfato, fosfonatos ni tensoactivos, ya que dañan la capa de ozono.
- Departamento de Alimentación y Bebidas – fomentar el uso de productos locales y libres de sustancias nocivas para el consumidor y el medioambiente, promover programas de alimentación sana y contribuir con donaciones a bancos de alimentos.

Las posibilidades son infinitas, y sólo requieren tener claros los objetivos de negocio, la contribución del hotel en el marco de su acción empresarial, y los recursos que se quieren dedicar¹⁰.

A nivel internacional existen una multitud de instrumentos y herramientas de RSC que utilizan las diferentes empresas, pertenecientes a diferentes sectores. Mediante la recopilación de la información y la comparación de las diferentes herramientas se concluye que las herramientas más enfocadas y más utilizadas por el sector hotelero son dos: Hotel Energy Solutions (HES) y Global Reporting Initiative (GRI) (Sánchez, 2012).

Las principales herramientas de gestión en materia de responsabilidad social son:

- *Declaraciones corporativas*: que hacen referencia a la misión, la visión y los valores de la empresa.
- *Informes Sociales y Medioambientales*: que permiten la comparación de resultados, tanto internamente en la empresa como externamente, con otras y aglutina el desempeño económico, el desempeño ambiental y el desempeño social.
- *Códigos Éticos*: su función es dirigir conforme a unas reglas y unos principios éticos comunes las conductas de los integrantes de una empresa.

¹⁰ <http://www.ithotelero.com/blog/rsc-en-hoteles-puede-el-turismo-ser-un-negocio-responsable/>

- *Políticas de RSC*: incluyen instrumentos que definen las acciones necesarias para lograr las prioridades en materias de Responsabilidad Social, destacando especialmente la política de recursos humanos, medio ambiente y compras.
- *Sistemas de Gestión y Certificación*: herramientas y estándares que ayudan a sistematizar, gestionar y evaluar cada una de las dimensiones incluidas en la RSC, como la ISO 26000 (Organización Internacional para la Estandarización), la SG21 (Forética), la SA8000 (Social Accountability International) y la certificación específica en materia de turismo Biosphere Responsible Tourism.

Las herramientas de RSC más utilizadas en el ámbito hotelero español son: el Código Ético y de Conducta, la norma SGE21 y la Iniciativa de Reporte Global (GRI) con su *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad* versión G3. Esta guía propone una serie de principios para definir la calidad de la información, transparencia, valoración adecuada y razonable del desempeño que se ofrece a los *stakeholders* (Cotillo, 2014).

En la tabla 3 se presentan las principales iniciativas en materia de responsabilidad social tanto en España como a nivel internacional.

Tabla 3. Iniciativas de Responsabilidad Social: Certificables y No Certificables

TIPO	Entidad que lo regula	Alcance	Posibilidad de Certificación	Descripción
ISO 26.000	Organización Internacional para la Estandarización	General	NO	Esta norma es aceptada internacional-mente para implantar un sistema de gestión ambiental eficaz. Se ha concebido para gestionar el delicado equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción del impacto hacia el medio ambiente.
SA8000	Social Accountability International, SAI	Socio-Laboral	SI	Primera norma internacional auditable, y que promueve lo que se conoce como Trabajo Decente, asegurando una producción ética de bienes y servicios, estableciendo una serie de códigos básicos en relación con las prácticas de derechos humanos y las condiciones de trabajo a lo largo de toda la cadena de valor. La certificación se obtiene con base a un análisis que se inicia pidiendo un reporte a la empresa y la realización de una auditoria
AA1000	Institute of Social and Ethical Accountability	General	NO	En marzo 2003, fue lanzada esta norma como la primera a escala mundial sobre aseguramiento de la sustentabilidad. Fue desarrollada para asegurar la credibilidad y la calidad de los reportes públicos de las organizaciones sobre su desempeño social, ambiental y económico. Es aplicable a empresas, a organizaciones sin fines de lucro y a organismos gubernamentales
SGE21	Forética	General	SI	Esta norma que permite establecer, implantar y evaluar en las organizaciones un sistema de gestión ética y socialmente responsable. Incorpora criterios relativos a las relaciones de la empresa con sus grupos de interés, como clientes y consumidores, proveedores, empleados, entorno ambiental, accionistas, competencia, entorno social y Administración.

La Iniciativa de Reporte Global GRI	The Global Reporting Initiative, GRI	General	Memorias de Sostenibilidad Verificables	El GRI es una institución independiente creada en 1997, tiene como propósito la elaboración de reportes de sustentabilidad con la finalidad de que las empresas sean conocidas por su transparencia en sus procesos de trabajo. En pocas palabras, esta iniciativa ha creado un marco común para la elaboración voluntaria de informes sobre el conjunto de las prácticas económicas, ambientales y sociales de las empresas.
Líneas Directrices para Empresas Multinacionales	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, OCDE	General	NO	En 1976 se crean estas Líneas Directrices, cuyo objetivo principal es el de garantizar que las actividades de las empresas multinacionales se desarrollen en armonía con las políticas nacionales de los países de la OCDE. En comparación con otros códigos, cubren una amplia gama de temas como por ejemplo: acceso a la información, empleo, medio ambiente, intereses de los consumidores, ciencia y tecnología, fiscalidad y corrupción.
Pacto Mundial	Organización de las Naciones Unidas, ONU	General	NO	Fue presentado el 31 de enero de 1999 en el Foro Económico Mundial de Davos, Suiza, por el entonces Secretario de las Naciones Unidas, Kofi Annan, y puesto en marcha oficialmente en julio de 2000. Es una iniciativa para que las empresas, organismos no gubernamentales y sindicatos, apoyen de manera voluntaria diez principios de responsabilidad social, divididos en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, condiciones laborales, medio ambiente y transparencia/anticorrupción.
Código Ético para el Turismo	Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo	General	NO	Es un conjunto omnicomprendivo de principios concebido para orientar a los principales actores del desarrollo turístico. Dirigido a gobiernos, empresas turísticas, comunidades y turistas por igual, su objetivo es ayudar a maximizar los beneficios del sector, minimizando a la vez sus posibles consecuencias negativas para el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades de alrededor del mundo.

Fuente: Elaboración propia con base en: <http://foretica.org/>, <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>, www.globalreporting.org

3.3 Sostenibilidad en el ámbito hotelero

Los hoteles son grandes consumidores de energía, agua, comida, lino, lavandería, consumibles, materiales de papelería y limpieza y otros recursos y, a la vez, emisores de calefacción y de aire acondicionado, agua caliente, aguas residuales, envasado de alimentos, comida y otros residuos, generando polución de aire, ruido y agua e impactando en las comunidades locales a través de la ocupación de espacio, uso de infraestructuras y relaciones con negocios locales y con el Gobierno (De Grosbois, 2012).

La incorporación de criterios de sostenibilidad ambiental en la gestión hotelera supone un importante reto competitivo para los alojamientos turísticos y como concluyen Rodríguez y Cruz (2007) el sector hotelero es muy sensible a estos temas por *“la relación bidireccional que existe entre el producto turístico ofrecido y su entorno natural, económico, social y cultural”*.

La creciente sensibilización y preocupación ambiental de los clientes, las nuevas exigencias legales en materia de medio ambiente y la necesidad de aplicar herramientas de gestión y tecnologías más limpias en la prestación de servicios hoteleros son algunas de las cuestiones más relevantes a tener en cuenta en este sentido.

En la actualidad, el medio ambiente aparece como un factor clave en la selección de la oferta turística y hotelera en una sociedad cada vez más concienciada sobre los problemas del medio ambiente y los efectos que sobre ese entorno pueden tener los productos y servicios de los que disfruta en sus viajes o momentos de ocio¹¹.

Además, se han de tener en cuenta los costes ambientales en los que incurre el sector como consecuencia de las malas prácticas en la gestión de los recursos por parte de los gestores y empleados de los hoteles o de la ausencia de criterios de sostenibilidad y mantenimiento de las instalaciones hoteleras.

Según el informe que realizó National Grid¹² en 2004, un hotel de servicio completo normalmente gasta entre 4% y 6% de sus ingresos en materia de energía y un hotel de lujo puede gastar tanto como 10 % o más. Adoptando un programa de eficiencia

¹¹ Programa de hotelería sostenible:

http://www.hotelesmasverdes.com/archivos/Unidad_Argentina_2011_baja5.PDF

¹² National Grid es una compañía multinacional británica de electricidad y gas con sede en Londres, Reino Unido

energética que conserva el agua y la energía, no solamente se protege el medioambiente, sino que se puede ahorrar una cantidad significativa de dinero. No es una tarea fácil, ya que reducir el consumo de energía y los costes asociados se han de hacer sin comprometer la calidad de servicios ofertados.

Otro área importante que los hoteles deben tener en cuenta es la gestión de residuos. Anualmente la industria hotelera genera grandes cantidades de residuos en forma de aluminio, plástico, vidrio, acero, cartón y comida, muchas de las cuales se podrían reciclar o reutilizar. Los establecimientos hoteleros pueden disminuir su impacto sobre el medioambiente reduciendo la cantidad de residuos que envían al vertedero, reduciendo el consumo de energía para el transporte y el procesamiento de estos residuos.

Se ha observado que últimamente ha crecido la demanda para el turismo sostenible, que es concebido no solamente como una nueva forma de viajar de manera más responsable con el entorno, sino que es algo más, es la concienciación de todos los agentes que participan en el proceso turístico. Tanto los establecimientos hoteleros, los destinos, como los mismos turistas han de tener esa mentalidad de "turismo verde" para que de verdad los impactos en el entorno de este sector tan amplio puedan ser minimizados.

La asociación británica de agencias de viajes ABTA ha realizado recientemente una encuesta que ofrece datos relevantes sobre la demanda del turismo responsable. Según las cifras obtenidas, el 21% de los consumidores estarían dispuestos a pagar más por sus vacaciones con el objetivo de elegir una compañía que tenga un buen historial medioambiental y social. Cada vez los viajeros son más propensos a consumir productos y servicios concienciados con el medio ambiente. Los jóvenes de entre 16 y 24 años se posicionan como los más sensibilizados con este proyecto medioambiental ligado al sector turístico, por lo que cada vez más va a ir creciendo esta actitud entre los consumidores¹³.

Tal y como apuntan los datos de un estudio del Global Sustainable Tourism Council y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), el 90% de los viajeros elige un hotel sostenible y el 34% está dispuesto a pagar por alojarse en establecimientos con tales criterios.

¹³ http://www.hosteltur.com/125190_agencias-britanicas-revelan-creciente-exigencia-sostenibilidad.html

Según la encuesta realizada por TripAdvisor¹⁴ en marzo de 2014 en el Reino Unido, Alemania, Francia, España e Italia, mostraba que un 26% de los encuestados optaban activamente por hoteles eco-sostenibles. Esta investigación también reveló que casi uno de cada 10 viajeros europeos elige alojarse en un establecimiento en concreto debido a sus políticas ecológicas. Sin embargo, casi la mitad (44%) declara que sienten que los hoteles no ofrecen actualmente suficiente información acerca de sus prácticas sostenibles.

Está claro que la nueva demanda turística es cada vez más exigente y sensible hacia la correcta gestión de los recursos y la calidad del servicio recibido. Sin duda la industria hotelera debería tomar en consideración la importancia de llevar a cabo prácticas amigables con el medio ambiente y responsables con la comunidad social.

En relación a los temas medioambientales, a nivel nacional en 2011, ocho cadenas informaban de que tienen la certificación de la norma ISO 14001 y/o la norma europea EMAS de Gestión Ambiental, y una cuenta con la certificación Green Globe 21 de turismo sostenible.

Cinco cadenas del total de empresas hoteleras analizadas en el *Informe de Hosteltur*¹⁵ se han comprometido con el Carbon Disclosure Project¹⁶ para la lucha contra el cambio climático a través de la reducción de gases de efecto invernadero y del uso sostenible del agua. Según el mismo informe, España es uno de los países donde más compromisos formales se están tomando por parte de las empresas hoteleras. Aun así, queda mucho por hacer para que el sector hotelero mejore sus prácticas laborales y medioambientales, minimizando sus impactos por emisiones de CO₂ derivadas de su consumo energético, reduzca el consumo de agua, y disminuya el impacto paisajístico.

Queda claro que para seguir siendo una de las principales potencias mundiales de este sector, hace falta aumentar el cuidado en todos los aspectos de la RSC y medioambientales, para poder contar a medio y largo plazo con un turismo sostenible que proteja la sociedad y el entorno en el que se desarrollan actividades de tipo hotelero.

¹⁴ TripAdvisor – sitio web de viajes

¹⁵ Informe Hosteltur: http://www.hosteltur.com/192100_es-sector-hotelero-socialmente-responsable.html

¹⁶ Carbon Disclosure Project (CDP) es una organización independiente sin ánimo de lucro que mantiene la mayor base de datos mundial de información corporativa sobre cambio climático.

La medición y la evaluación de este tipo de acciones puede ser un primer paso hacia la implementación de un sistema de gestión sostenible, que a su vez pueden llegar a ser argumentos de diferenciación y venta de cara a clientes e intermediarios.

En este escenario, las certificaciones y estándares son una herramienta que permiten a los hoteles ser más *eco-friendly* con el medioambiente y destacar entre la multitud. Las certificaciones son una forma de reconocer y avalar el trabajo que el establecimiento ha hecho por ser sostenible.

En la Tabla 4 están presentados los principales instrumentos voluntarios para las empresas turísticas en el ámbito de la política medioambiental:

Tabla 4. Herramientas de Gestión Medioambiental

TIPO	Entidad que lo regula	Posibilidad de Certificación	Descripción
ISO 14000	International Organization for Standardization	SI	Es una norma internacionalmente aceptada que expresa cómo establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) efectivo. Va enfocada a cualquier organización, de cualquier tamaño o sector, que esté buscando reducir los impactos en el ambiente y cumplir con la legislación en materia ambiental. Los estándares son voluntarios, no tienen obligación legal y no establecen un conjunto de metas cuantitativas en cuanto a niveles de emisiones o métodos específicos de medir esas emisiones.
EMAS	AENOR	Se registran	Propone un sistema de gestión basado en los requisitos de la Norma ISO 14001, más conocida a nivel internacional. En líneas generales el reglamento EMAS propone la implantación de un sistema de gestión ambiental integral, es decir, un sistema de trabajo basado en el análisis de los aspectos ambientales de la organización y en la definición de un método para gestionarlos.
Green Globe 21		SI	Es un sistema de certificación en sostenibilidad que ha sido desarrollado exclusivamente para la industria del turismo. Este sello reconoce que las empresas han realizado una labor en conseguir que su negocio esté en concordancia con los criterios globales de turismo sostenible. La norma de Green Globe Certification proporciona a hoteles y resorts un marco para realizar una evaluación exhaustiva de su política de sostenibilidad ambiental, facilitando el manejo e implantación de las mejoras para lograr la certificación.
EcoEtiqueta	Environment Directorate General of the European Commission	SI	Las ecoetiquetas son instrumentos voluntarios de mercado concebidos para acreditar el desempeño ambiental y promocionar la producción, distribución y utilización de productos y servicios con un menor impacto ambiental. El ecoetiquetado está alcanzando un gran interés en el sector turístico, al existir numerosos sistemas específicos de ecoetiquetas que avalan la calidad ambiental de hoteles y otros alojamientos, empresas del sector e incluso destinos en su conjunto.
Biosphere Hotels	Instituto de Turismo Responsable	SI	El Instituto de Turismo Responsable ha creado el conjunto de estándares para la obtención de la Certificación BIOSPHERE, los cuales cumplen con los pilares de los Criterios Globales establecidos por el Consejo Global de Turismo Sostenible. BIOSPHERE, por lo tanto, es una certificación internacional y voluntaria, basada en los principios del desarrollo sostenible, con criterios y requisitos concretos que abarcan las tres esferas de la sostenibilidad, es decir, las variables ambiental, cultural y social del desarrollo.

Tabla 4. Herramientas de Gestión Medioambiental - continuación

ISO 50001	International Organization for Standardization	SI	La norma UNE-EN ISO 50001:2011 establece los requisitos que debe poseer un Sistema de Gestión Energética, con el fin de realizar mejoras continuas y sistemáticas del rendimiento energético de las organizaciones. La certificación de un sistema de gestión energética asegura por tercera parte el control y seguimiento sistemático de los aspectos energéticos y la mejora continua del desempeño energético. Ello contribuye a un uso de la energía más eficiente y más sostenible, otorgando confianza en el sistema de gestión.
Hoteles Eficientes Sostenibles® (HES)	ISTur Instituto de la Sostenibilidad Turística		El Modelo HES® se desarrolla en un sistema que comprende aspectos, características y parámetros que son analizados y evaluados teniendo en cuenta la cadena de valor para los hoteles y las 4 dimensiones del Desarrollo Sostenible. La singularidad del modelo HES® es que, al mismo tiempo que se analizan y evalúan los Parámetros en relación con las dimensiones del desarrollo sostenible, se analiza la incidencia que tienen con los Agentes de Interés o Stakeholders, consiguiendo un análisis muy completo que permitirá tomar decisiones en la mejora de la sostenibilidad.
LEED	US Green Building Council (USGBC)	SI	Es el estándar en construcción sostenible con más prestigio en todo el mundo. Se basa en un sistema de puntuación que mide el nivel de respeto medioambiental y de salud de los edificios. Existen distintos niveles de certificación -plata, oro y platino- según la puntuación obtenida por el edificio. Este tipo de certificado garantiza que dicho edificio maximiza a partir del tercer año, con tasas de retorno anual de entre el 25% y el 40%.
BREEAM	BRE Británico	SI	Es el resultado de adaptar el certificado de sostenibilidad de la edificación del BRE Británico, destacar que es el método de evaluación medioambiental de edificios líder y de mayor aplicación en todo el mundo. Establece los estándares de las mejores calidades en diseño sostenible y se ha convertido en la medida de referencia usada para el rendimiento medioambiental de un edificio. Se van otorgando puntos, agrupados en categorías, que pasan por un factor de ponderación medioambiental que tiene en cuenta la importancia relativa de cada área de impacto.
VERDE	Green Building Council España	SI	Esta certificación consiste en evaluar la reducción de los impactos del edificio y su emplazamiento por la implementación de medidas tanto de diseño como de rendimiento agrupadas en una lista de criterios de sostenibilidad. Los criterios que se evalúan en VERDE son: eficiencia energética, emisiones de CO2, recursos naturales, calidad del ambiente interior, calidad del servicio, aspectos sociales y económicos

Fuente: Elaboración propia con base en: <http://www.aenor.es>, www.biosphereturism.com/es, <http://www.fundacionglobalnature.org/>, <http://greenglobe.com/>
<http://www.catalogoverde.cl/certificacion-leed->

El cambio climático es un tema que cada vez interesa y preocupa más a nuestra sociedad. El calentamiento global de la atmósfera es percibido como uno de los mayores problemas medioambientales a escala mundial. La concentración de Gases de Efecto Invernadero (GEI) presentes en la atmósfera, cuyo incremento provoca el cambio climático, alcanzó un máximo sin precedentes en el año 2013, según informó la Organización Meteorológica Mundial (OMM) en su boletín anual.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha presentado en 2009 el informe *'Hacia un Sector Turístico con bajas emisiones de carbono'* elaborado conjuntamente con otras organizaciones y según el informe, el sector turístico genera el 5% del CO₂ total emitido a la atmósfera.

La Huella de Carbono de una organización representa la suma de las emisiones de GEI realizadas por esa organización, de forma directa e indirecta. Se expresa como la masa de CO₂ equivalente (CO₂e) emitida para un cierto período de tiempo. A través del cálculo de la huella de carbono se identifican todas las fuentes de emisiones de GEI y se pueden definir objetivos y medidas de reducción mediante el uso de energías más eficientes.

Para demostrar la preocupación por el impacto de las emisiones de CO₂ que la industria turística genera, World Travel & Tourism Council (WTTC) e International Tourism Partnership (ITP), en colaboración con 23 compañías líderes mundiales del sector hotelero, aprobaron y publicaron en el año 2013 una metodología común para el cálculo de la Huella de Carbono de un hotel, de cualquier tamaño, en cualquier parte del mundo¹⁷.

De esta forma se superan las dudas e incertidumbres que producía la dispersión de enfoques que había para calcular la huella de carbono (HC) de un hotel, lo que hasta la fecha dificultaba la aplicación de este sencillo indicador de la sostenibilidad, cada vez más conocido y valorado por el público en general y especialmente por el corporativo y de alto nivel adquisitivo.

En el sector hotelero, las posibles fuentes que generan gases de efecto invernadero son: iluminación, calefacción, aire acondicionado, equipos informáticos, lavandería, cocinas, transporte y plancha entre otros. Son actividades que no se pueden evitar, y por eso, una manera de reducir sus efectos en el medioambiente fue la compensación de las emisiones de carbono.

¹⁷ Observatorio de la Sostenibilidad en España

Esta compensación de emisiones de carbono no reduce las emisiones de GEI a través de la eficacia del uso del combustible o del empleo de energías alternativas, sino que permite a una persona o empresa contribuir a la protección del medio ambiente comprando créditos que compensen las emisiones causadas por un viaje o una actividad.

El comercio de «créditos de carbono» para compensar las emisiones que no puedan controlarse es una solución interesante, que merece ser estudiada por el sector turístico. El objetivo es acercarse a la neutralidad de carbono. Dichos créditos se emplean generalmente en plantar árboles, invertir en investigaciones sobre energías renovables o apoyar proyectos de reducción de las emisiones.

A la hora de enfrentarnos al cálculo de emisiones de CO₂ de nuestra instalación, es conveniente conocer la existencia de distintas metodologías presentadas en la Tabla 5.

Tabla 5. Herramientas para el cálculo de la Huella de Carbono

TIPO	Entidad que lo regula	Descripción
Greenhouse Gas Protocol GhG Protocol	WBCSD¹⁸	Puede ser utilizada por cualquier organización. Detalla los principios y requerimiento para el diseño, desarrollo gestión y elaboración de un informe de huella de carbono.
ISO 14064	International Organization for Standardization	La familia de las normas UNE-EN ISO 14064:2012 sobre Gases de Efecto Invernadero, tienen como principal objetivo el ofrecer veracidad y credibilidad a los reportes de emisión de Gases de Efecto Invernadero (GEI). Esta norma no es certificable pero sí verificable, es decir, asegurar mediante una empresa acreditada e independiente que la declaración efectuada relativa a las emisiones de gases de efecto invernadero, a través del informe de emisiones elaborado, es completa, coherente y transparente ¹⁹ .
MC3	Instituto Huella de Carbono	Es una metodología objetiva , pues todos los datos de consumos se obtienen directamente a partir de las cuentas contables de la organización. Es completa , ya que incluye las fuentes derivadas del uso del suelo y del consumo de recursos orgánicos. Permite el ecoetiquetado de bienes y servicios. El cálculo del ciclo de vida así descrito permite ecoetiquetar, ¡con la huella completa! cualquier producto. ²⁰

Fuente: Elaboración propia en base a *Enfoques metodológicos para el cálculo de la Huella de Carbono*, Observatorio de la Sostenibilidad en España (OSE)

¹⁸ World Resources Institute (WRI) and World Business Council on Sustainable Development

¹⁹ Norma ISO 14064: <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/norma-une-en-iso-14064>

²⁰ <http://www.institutohuelladecarbono.com/>

4. GIJÓN – DESTINO SOSTENIBLE

La ciudad de Gijón lleva ya unos años trabajando en ser un destino sostenible. En la preocupación para el medioambiente se han involucrado tanto el sector público, como el privado, que se han unido para defender los valores de la accesibilidad y sostenibilidad ofreciendo a los visitantes un turismo responsable.

Para llegar a ser un destino turístico sostenible se requiere la adopción de una perspectiva integrada de planificación y gestión que incluya el sistema turístico en su totalidad, de manera que cubran las necesidades presentes y las futuras, pero manteniendo al mismo tiempo la integridad cultural, la cohesión social y los procesos ecológicos esenciales. Para Gijón el principal objetivo ha sido incluir los tres pilares de la sostenibilidad, el económico, social y el medioambiental en el desarrollo de ciudad²¹.

El gran reto para Gijón es consolidarse como una de las ciudades del norte de España más comprometidas y responsables con el medio ambiente y la sociedad tanto a nivel nacional como internacional. Para lograr este objetivo la Sociedad Mixta de Turismo²² ha elaborado un Plan de Acción de Turismo y un Plan de Turismo Sostenibles que tiene como principales objetivos el cumplimiento de las siguientes tareas:

- Disponer de un sistema de verificación del cumplimiento de la normativa legal vigente.
- Ejecución de planes sostenibles contra el cambio climático.
- Mejorar la coordinación y colaboración entre Turismo y las diferentes áreas del Ayuntamiento de Gijón.
- Realizar acciones de comunicación del Sistema de Turismo Responsable.
- Establecer un sistema de gestión turística basado en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).
- Medir el Impacto Ambiental de la Actividad Turística en la Ciudad.
- Sensibilizar al turista en materia de sostenibilidad.
- Concienciación del empresariado local en materia de sostenibilidad turística.
- Implicar al residente en la actividad turística y el cuidado de la ciudad.
- Trabajar en la desestacionalización turística de Gijón.

²¹ Gijón, turismo sostenible: <http://www.gijon.info/page/12528-gijon-sostenible>

²² actualmente Divertía Gijón

- Potenciar el producto “Gijón Accesible”.
- Creación y Oferta de nuevos Productos Sostenibles.
- Mejora de la señalización y la información Turística de la ciudad.
- Sensibilización personal Gijón Turismo
- Incrementar las acciones realizadas con estudiantes de Turismo.
- Incentivar la formación para el empleo.
- Incentivar la contratación de desempleados mediante planes de Empleo locales.

Siguiendo esta línea uno de los principales objetivos ha sido la obtención de la certificación de Gijón como ciudad turística sostenible, en base al estándar Biosphere Destination, otorgada por el Instituto de Turismo Responsable, entidad auspiciada por la UNESCO, miembro de la Organización Mundial de Turismo y miembro fundador del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC). Este sistema permite trabajar en acciones para mejorar la competitividad de la ciudad como destino, aumentando la eficiencia en la gestión turística y haciendo que la sostenibilidad sea un elemento diferencial del modelo turístico gijonés²³.

Es importante mencionar que Gijón fue la segunda ciudad del mundo, después de Barcelona, en obtener la certificación "Biosphere Destination", que la acredita como ciudad turística sostenible.

El año pasado se realizó un estudio de *Valoración de los Gijoneses sobre el Turismo Sostenible* con el fin de averiguar la opinión de los residentes sobre la sostenibilidad de este destino turístico. Entre los resultados destaca el hecho de que 74% de los encuestados valoran de manera positiva la certificación en materia de sostenibilidad y medioambiente de una empresa a la hora de escogerlas, pero al mismo tiempo, el 39% consideran que la comunicación de estas acciones no es la más adecuada.

En la tarea de convertirse en un destino turístico sostenible, además del apoyo de Gijón Turismo, existe la Asociación de Gijón para la Calidad Turística – AGICATUR. Esta se creó en 2004 con el objetivo de mejorar la calidad y competitividad del sector turístico gijonés. La principal labor gira en torno al Sistema Integral de Calidad Turística en Destino, SICTED, y su implantación en Gijón, realizando las labores de formación,

²³ Certificación Biosphere: <http://www.gijon.info/page/13817-certificacion-biosphere>

asesoramiento y evaluación de los establecimientos así como la promoción y coordinación de los mismos.

Como se ha mencionado en los capítulos anteriores en el modelo de turismo responsable, el sector empresarial tiene un papel fundamental. Sin la colaboración de este sector no se podría realizar el cambio y la transición hacia un turismo a medio-largo plazo, que a su vez permitirá al destino diferenciarse de la competencia y generar mayores ingresos, disminuyendo a su vez costes, creando confianza y poniendo en valor sus políticas sociales y laborales (Gandara, 2000).

A la hora de valorar al municipio como destino, se le otorga una valoración global de 8,8 puntos sobre 10. Si se consulta a los visitantes sobre la percepción que tienen sobre la sostenibilidad o no del destino a través de la afirmación "Gijón es un destino sostenible, preocupado por el cuidado del medio ambiente", la gran mayoría dice estar de acuerdo con dicha premisa.

5. CONYUNTURA TURISTICA DE GIJÓN

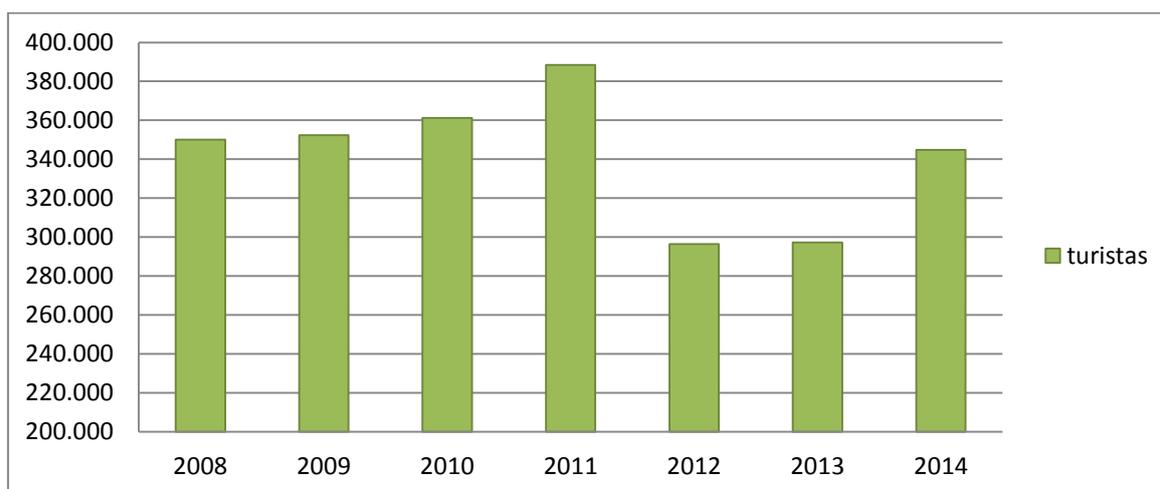
A lo largo del año 2014 en Gijón la cifra total de visitantes se sitúa en 1.247.922, lo que supuso un incremento de 9,1% respecto al año anterior. De estos visitantes, 401.961 fueron excursionistas (no pernoctan) y los restantes de 845.961 turistas, que pernoctaron tanto en alojamientos colectivos como privados.²⁴

Analizando los principales resultados obtenidos, a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto Nacional de Estadística, para el municipio de Gijón se observa que el número de turistas alojados en establecimientos hoteleros en 2014 fue 344.747, con un incremento de 16% respecto al año anterior.

Como se puede observar en el Grafico las mejores cifras se registraron en 2011. Un año después como respuesta a la inestabilidad económica nacional, se registró una caída de un 23,7%. Claramente se observa una mejora ya que, en los últimos años el número de turistas está creciendo.

²⁴ InvesMark, 2014

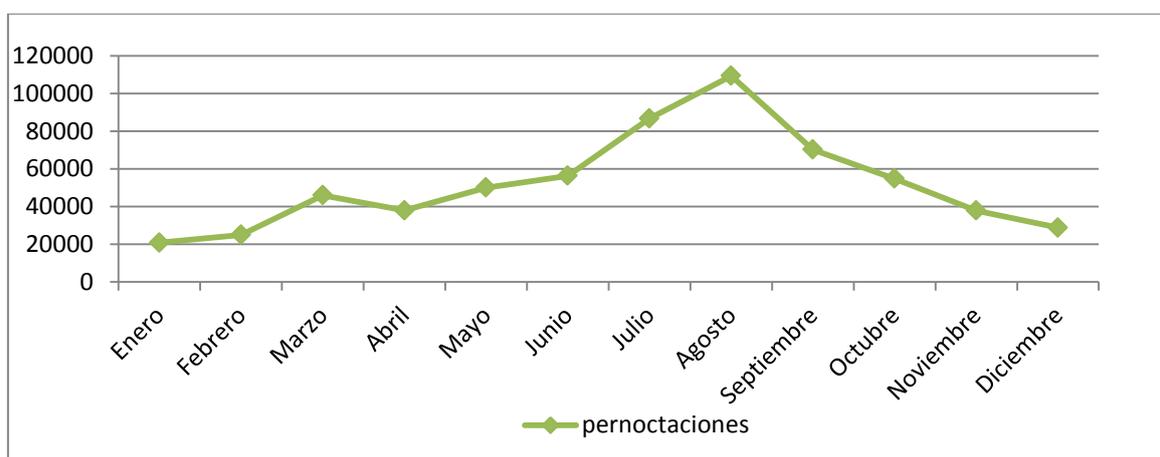
Gráfico 2. Turistas en alojamientos hoteleros



Fuente: 2009 – 2012 SITA / 2013 - 2014 Invesmark. Datos provisionales para 2014.

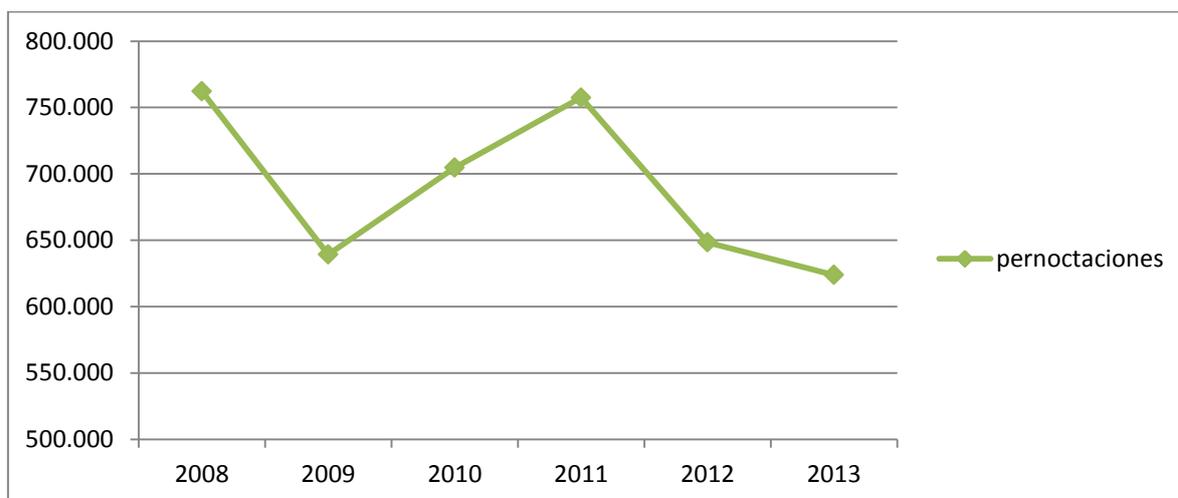
En cuanto a la cifra de pernoctaciones, en 2013, se produce un descenso del 3,8% respecto al ejercicio 2012. Son 623.942 pernoctaciones en total de las que 550.236 pertenecen a residentes en España y 73.706 a residentes en el extranjero. La distribución mensual de viajeros y pernoctaciones permite comprobar la importancia de los meses de julio y agosto en la actividad turística de la ciudad.

Gráfico 3. Evolución mensual de las pernoctaciones en los alojamientos hoteleros de Gijón



Fuente: INE, 2013

Gráfico 4. Pernoctaciones de los turistas alojados en los hoteles de Gijón entre 2008-2013



Fuente: INE (EOH)

En el periodo analizado de 2008-2013 el número de pernoctaciones se caracteriza por la misma inestabilidad como el número de viajeros. Cabe destacar que el número de viajeros se va recuperando, mientras que el número de pernoctaciones va disminuyendo, lo que significa que Gijón recibe más turistas, pero que realizan estancias más cortas.

Según los datos que ofrece InvesMark la gran parte de los visitantes de Gijón son de origen nacional (88,5 %) y solamente un 11,5% extranjeros. En cuanto a procedencia nacional el mayor número de visitantes proceden de las comunidades autónomas de Madrid (23,3%) Castilla y León (13,8%) y País Vasco (9,7%). De los turistas extranjeros, en el año 2013, la mayor parte provenían de Reino Unido (15,1%), Francia (14%), Argentina (10,8%) y Alemania (10,8 %).

El motivo principal para viajar a Gijón durante el año 2014 ha sido el ocio y las vacaciones con un 59%, seguido por las visitas a amigos o familiares con 19% y negocios y trabajo con 11,1%. En lo que se refiere a la compañía en el viaje más de 50% viajan en pareja y realizan el viaje por su cuenta (73,4%). El medio de transporte más utilizado es el vehículo particular (67,1%).

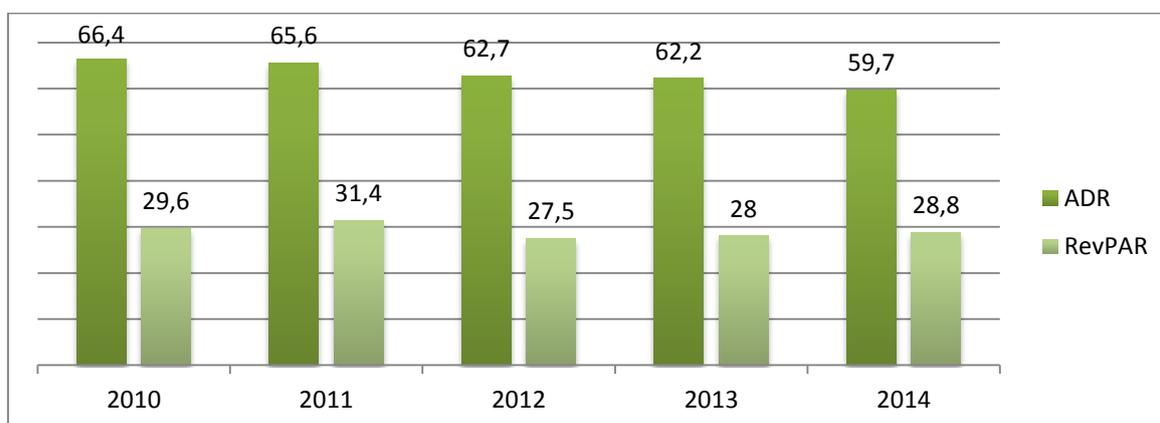
Sin duda un factor muy importante en la actividad turística es el ingreso que genera. El consumo turístico durante el año 2014 ha sido aproximadamente 305,48 millones de euros, superando en un 7,8% las cifras del año anterior. Los ingresos turísticos se han calculado teniendo en cuenta los efectos directos, indirectos e inducidos que genera el turismo. Con

respecto al gasto turístico se registró un pequeño aumento, ya que en 2014 el gasto medio por persona y día fue de 52,18 euros, con 1,9% más que el año anterior.

La estancia media registrada en los establecimientos colectivos fue de 5,3 noches, y más de la mitad de los turistas pasa de dos a cuatro noches en la ciudad²⁵.

Analizando los principales indicadores de rentabilidad hotelera en últimos cinco años, se observa un descenso del ADR que en 2010 era de 66,4€ y llega a ser de 59,7€ en 2014. En cuanto al RevPar, su evolución ha sido diferente, con subidas y bajadas en el periodo analizado. En 2014 el RevPar porcentualmente era un 2,8% menor que en 2010, pero con un incremento de 3% respecto al año anterior.

Gráfico 5. Evolución Tarifa Media Diaria (ADR) e Ingreso Medio por Habitación Disponible (RevPAR) – Gijón 2101-2014



Fuente: Invesmark. Datos provisionales para 2014

El sector hotelero gijonés experimenta una mejoría, aunque la tarifa media diaria va disminuyendo en términos de rentabilidad hotelera y ha crecido en el último año acercándose a los valores del año 2011.

6. OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURISTICOS

Gijón dispone de una oferta turística muy variada, tanto hotelera como extrahotelera y de distintas categorías. En el año 2014 la ciudad contaba con un total de 88 alojamientos colectivos de los que 85,2% son establecimientos hoteleros y el 14,8% extrahoteleros.

²⁵ El Turismo en Gijón 2014 – Avance de resultados – Gijón Turismo, Invesmark

Tabla 6. Tipología y plazas de los establecimientos turísticos de Gijón

Establecimiento	Alojamientos		Plazas	
	Distribución porcentual	Valor absoluto	Distribución porcentual	Valor absoluto
Hotel	55,7	48	65,2	4.440
Hostal	5,6	5	1,3	95
Pensión	23,9	22	3	293
Apto Turístico	5,6	5	2,4	176
Albergue Juvenil	1,1	1	1,8	132
Casa de Aldea	2,3	2	0,2	17
Vivienda Vacacional	3,4	3	0,3	22
Camping	2,1	2	24,7	1.812
Total	100,0	88	100,0	7.315

Fuente: AGICATUR, SITA, 2014

El elemento básico de la oferta total de alojamiento lo constituyen según el número de establecimientos y de plazas los hoteles. Le siguen en número de establecimientos las pensiones, y en cuanto a número de plazas los dos campings.

6.1 Oferta de alojamientos hoteleros

La oferta hotelera constituye uno de los principales recursos turísticos ya que en 2014 estaba compuesta por 48 establecimientos hoteleros que ofertaban 4.440 plazas. Un análisis de la realidad de esta oferta, no sólo posibilita un mejor conocimiento del sector, sino que permite conocer si ofrece una respuesta a una demanda para el turismo verde, que está en continua evolución.

Como número de establecimientos hoteleros predominan los hoteles de tres estrellas, pero en lo que se refiere a la oferta de habitaciones y plazas hoteleras, los hoteles de categoría superior, de cuatro estrellas encabezan el ranking. En la siguiente tabla se muestra por categoría el número de establecimientos, número de habitaciones y el número de plazas en los alojamientos hoteleros, en el año 2014.

Tabla 7. Categoría, habitaciones y plazas de los establecimientos hoteleros de Gijón

Categoría	Establecimientos hoteleros	Habitaciones	Plazas
Hotel 4****	13	1.073	2.117
Hotel 3***	19	909	1.650
Hotel 2**	12	299	548
Hotel 1*	4	67	125
TOTAL	48	2.348	4.440

Fuente: SITA, InvesMark, 2014

Es importante especificar que los establecimientos hoteleros de cuatro estrellas tienen continuidad temporal en su actividad, ya que quedan abiertos todo el año.

Según forma jurídica el 54,5% de los hoteles de 4 estrellas son sociedades limitadas y el 45,5% restante sociedades anónimas; el 45,5% son empresas independientes y el 54,5% pertenecen a una cadena hotelera. En el caso de los hoteles de 3 estrellas 38,4% son sociedad limitada, 30,8 % sociedad anónima y 30,8% pertenece a empresarios individuales.

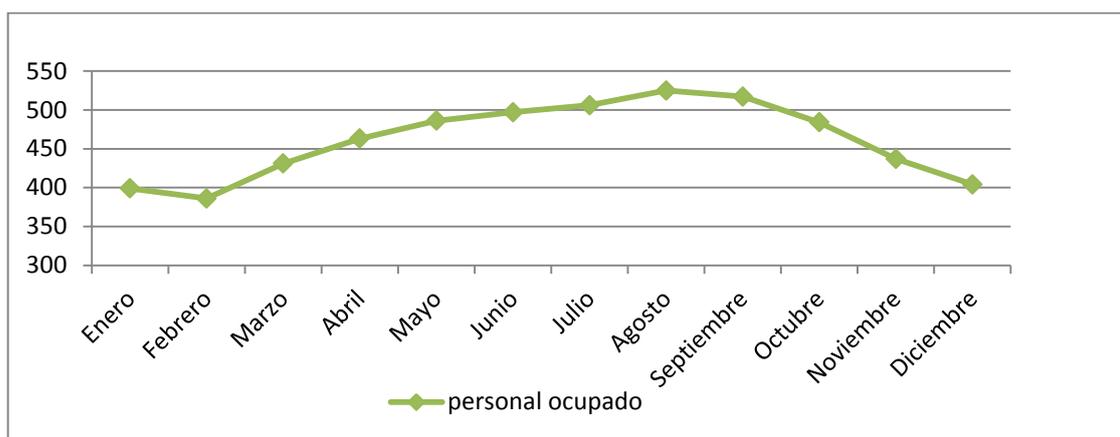
Tabla 8. Forma jurídica de los establecimientos hoteleros de Gijón

Forma jurídica	Hotel 4****	Hotel 3***	Hotel 2**/1*
Sociedad limitada	54,4	38,4	54,5
Empresario individual	-	30,8	36,4
Sociedad anónima	45,5	30,8	9,1
Integración			
Establecimiento independiente	45,5	46,1	90,9
Cadena Hotelera	54,5	23,1	-
C. gestión /arrendamiento	-	15,4	9,1
Grupo empresas div.	-	15,4	-

Fuente: InvesMark, 2013

La estacionalidad turística se ve reflejada también en el número de empleados, ya que se pueden diferenciar dos periodos en función de la demanda. En temporada baja, la media es de 6,1 empleados por establecimiento y en temporada alta (en verano) se incrementa un 26,2% hasta los 7,7 empleados. La media anual es de 7,2 empleados y, como es lógico, este número difiere en función de la categoría y del número de habitaciones del alojamiento.

Gráfico 6. Personal ocupado en los alojamientos hoteleros por meses en 2013

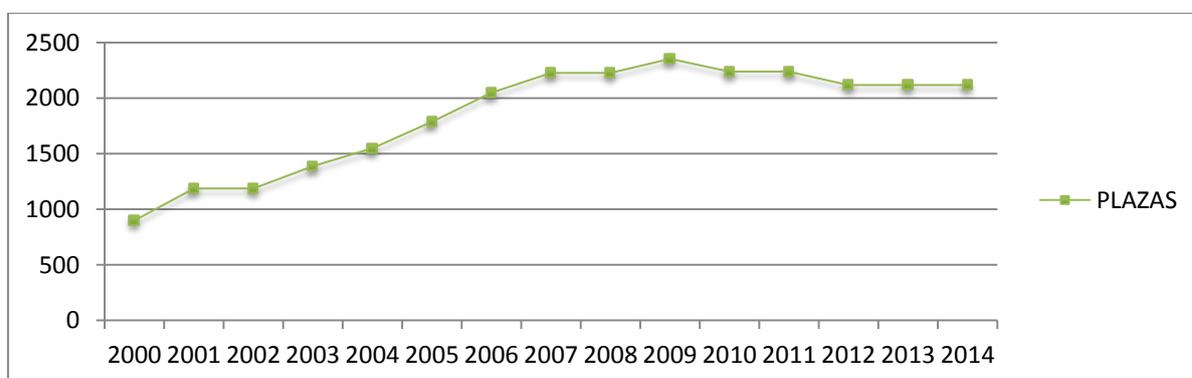


Fuente: INE, 2013

Una vez comentadas las principales características de los establecimientos hoteleros, pasaremos a analizar la evolución de los hoteles de cuatro estrellas, ya que hacen el objeto del estudio. Para ello, utilizaremos como período de referencia el comprendido entre 2000 y 2014.

En el Gráfico 7 se muestra la evolución del número de plazas en los hoteles de cuatro estrellas, que en 2014 representaban el 48% de las plazas del sector hotelero. Hasta 2009 se registró un crecimiento continuo, que llegó a ser de 2.353 plazas. En el periodo siguiente 2010-2012 se registró una bajada en el número de plazas, quizás como consecuencia a la crisis económica nacional, que afectó a todas las comunidades del país. En los últimos tres años el número de plazas se mantiene en 2.117, señal de que el sector hotelero se va recuperando de la crisis financiera y que las estrategias de los revene managers dan resultados.

Gráfico 7. Evolución del número de plazas hoteleras en los establecimientos hoteleros de cuatro estrellas



Fuente: Ayuntamiento de Gijón, 2014

La planta hotelera de cuatro estrellas representa el 48% de las plazas ofertadas, con una media de 162 de plazas. El hotel que más plazas ofrece es el Hotel Tryp Rey Pelayo, seguido por Silken Ciudad de Gijón y Hernán Cortes. Los hoteles que menos plazas tienen son Parador Molino Viejo, Don Manuel y Villa de Gijón, cada uno de ellos con 80 plazas.

Tabla 9. Número de habitaciones y plazas en los hoteles de cuatro estrellas de Gijón.

ESTABLECIMIENTO CATEGORIA 4****	HABITACIONES	PLAZAS
ABBA Playa Gijón	80	160
AC Hotel Los Ferranes	78	156
Asturias	86	172
Begoña Park	98	196
Don Manuel	45	80
Hernán Cortés	109	209
La Boroña	90	180
NH Gijón	65	130
PN Molino Viejo	40	80
Príncipe de Asturias	80	152
Silken Ciudad de Gijón	130	260
Tryp Rey Pelayo	132	262
Villa de Gijon	40	80
TOTAL	1.073	2.117

Fuente: AGICATUR, SITA, 2014

En hoteles de cuatro estrellas la plantilla media en temporada baja es de 19,5 empleados y en temporada alta llega a 23,0 empleados. En comparación con los establecimientos de 3 estrellas donde la plantilla media en temporada baja es de 7,9 empleados y se incrementa hasta los 10,2 empleados en temporada alta. Resulta evidente que los hoteles de categoría superior generan más empleo para la población activa²⁶.

En el año de 2013 más de la mitad de los establecimientos hoteleros de 4 cuatro estrellas proporcionaron a su personal cursos de formación en cuales han participado el 47% de los empleados.

Según el Informe de SITA en 2012, respecto al nivel de formación que tenía el personal, más de la mitad de los directivos y 80% de los mandos intermedios eran principalmente diplomados. Solamente un 27% de los directivos contaban con estudios de licenciatura o

²⁶ El Turismo en Gijón 2013 – Invesmark

máster. En el resto de los empleados más de 70% tenían formación profesional o el bachillerato.

La experiencia media de los directivos en el sector turístico era de 17 años, la de los mandos intermedios de unos 13 años y los restos de empleados tenían una media de 12 años.

Dentro de la actividad turística, el sector hotelero constituye uno de los elementos clave en la construcción de destinos sostenibles, lo que hace que la sostenibilidad de los hoteles se convierta en un aspecto fundamental. En el siguiente capítulo se presenta un análisis de la sostenibilidad y las actividades en materia de RSC que se realizan en los hoteles de cuatro estrellas de Gijón.

7. SOSTENIBILIDAD Y RSC EN LOS HOTELES DE CUATRO ESTRELLAS DE GIJÓN

Como se ha presentado en el capítulo anterior Gijón es un destino sostenible, hecho ilustrado también por la Certificación Biosphere y por los gijoneses, ya que 73% de ellos consideran que su ciudad es un destino sostenible.

La demanda mundial de turismo sostenible crece a más ritmo que el turismo convencional, de hecho lo hace a un ritmo del 16%, mientras el convencional crece un 4%. A la vista de estas cifras Gijón valora la posibilidad de comenzar a comercializarse como destino turístico en mercados estratégicos demandantes de turismo sostenible, destacando en su oferta su compromiso medioambiental y el compromiso social con los ciudadanos.

Sin lugar a duda la integración en la gestión hotelera gijonesa de los criterios de calidad y sostenibilidad ambiental son un aspecto clave para lograr un modelo turístico sustentable en sus tres dimensiones²⁷. Teniendo en cuenta que hablamos de un destino sostenible que se quiere ofrecer en mercados específicos, los hoteles no pueden ser ajenos a estos aspectos que influyen en su gestión, en su imagen, en la sociedad y en el entorno en el que desarrollan su actividad.

Unas de las principales actuaciones de la responsabilidad corporativa hotelera en materia de sostenibilidad medioambiental es contribuir a la protección y mejora de su entorno. Para

²⁷ Ecoeficiencia y buenas prácticas ambientales en la gestión hotelera, 2013

lograr este objetivo se han de utilizar las mejores prácticas disponibles y la innovación tecnológica para minimizar los impactos negativos de sus actividades con actuaciones orientadas a reducir las emisiones de CO₂, optimizar los consumos de agua y energía, mejorar la calidad de los vertidos y gestionar los residuos de forma eficaz²⁸.

Según indica el estudio realizado por IESE-IRCO, CRWORKS Responsabilidad Corporativa y Fundación Sagardoy “El desafío empresarial de la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa: un enfoque sectorial”, destacan tres ejes de actuaciones en los que se centran las políticas de RSC del sector hotelero en nuestro país:

1. Medio ambiente

El medio ambiente es, dentro de las políticas de RSC del sector hotelero, uno de los temas fundamentales. En Gijón el impacto de este sector en el entorno puede resultar muy significativo, ya que hablamos de una ciudad costera que implica la protección del medio marino también. La construcción de las instalaciones turísticas y la afluencia estacional de turistas son solo algunos de los aspectos que influyen en el entorno.

Se ha de tener en cuenta que Gijón es una ciudad turística que se vende también bajo el paraguas de Asturias – Paraíso Natural. En ese sentido, dado que el mismo entorno es clave para el negocio y para el potencial atractivo para los clientes, las iniciativas relacionadas con la eficiencia energética, el uso de energías renovables, ahorro de agua, reducción de emisión de gases, recogida selectiva de basuras y el cuidado del entorno verde deben de ser prioritarias para las empresas hoteleras.

2. Empleados:

Al tratarse de un sector de servicios, los empleados son un activo clave para el sector hotelero. Este proceso hace que las compañías hoteleras deban contratar personal local y de esta manera contribuir a la disminución del parró local. Por tanto, las políticas de gestión de la diversidad y las de formación, que garantizan un servicio de calidad homogéneo se han vuelto prioritarias.

Otro tema importante dentro del sector son los altos índice de rotación. La estacionalidad turística hace que proliferen los contratos eventuales o a tiempo parcial y éstos provocan índices de rotación elevados. Aunque en los hoteles de cuatro estrellas de Gijón la plantilla

²⁸ Tesmedia, 2015 - <http://turismososteniblemedia.com/que-es-un-hotel-sostenible/>

media en temporada baja es de 19,5 empleados y en temporada alta llega a 23,0 empleados, o sea con una diferencia de solo 3,5 empleados, esta diferencia podría disminuir.

3. Acción social

La acción social es otra área de actuación importante en el sector. Incluye prácticas como la contratación de empleados pertenecientes a grupos desfavorecidos, discapacitados o en riesgo de exclusión social; políticas de proveedores que potencian las compras a pequeños proveedores locales y a centros especiales de empleo; colaboraciones con ONG y otras instituciones; donaciones y contribuciones a la mejora de las condiciones de vida de la comunidad local, y patrocinios y acciones de promoción de propuestas culturales.

A parte de estas tres áreas prioritarias de la RSC hotelera, Ayuso (2009) opina que la respuesta del sector a la RSC abarca prácticamente todos los ámbitos y, progresivamente, se está convirtiendo en un factor estratégico que puede llegar a ser diferenciador para la imagen de marca de las empresas hoteleras.

Además de la preocupación de los directivos hoteleros de Gijón para ofrecer servicios de calidad en sus establecimientos, en los últimos años las prácticas de RSC y la preocupación para la sostenibilidad ha ganado terreno.

Según el último informe realizado por SITA en 2012 sobre la actividad turística de Gijón, en cuanto a política medioambiental revelaba algunas acciones como el uso de bombillas de bajo consumo, recogida selectiva de basuras o el uso de productos de limpieza biodegradables que más de 70% de los alojamientos los realizaban.

En el mismo informe 70% de los directivos de los hoteles de cuatro estrellas afirmaban que conocen el concepto de RSC y según sus opiniones las acciones de este tipo podrían mejorar la reputación de las empresas y les permitiría acceder a nuevos mercados más exigentes.

De hecho, los hoteles que trabajan en esta línea, ofrecen no sólo un mayor valor añadido hacia sus clientes y potenciales clientes, sino también a los mayoristas, a la hora de decidir los alojamientos más apropiados para comercializar en cada destino.

A lo largo de este capítulo se hará un estudio sobre las actividades de RSC realizadas en los establecimientos hoteleros de cuatro estrellas para lograr la sostenibilidad.

Holcomb et. al (2007) clasifican las actividades de RSC hotelera en cinco categorías: comunidad, entorno, mercado, misión y valores y empleados. Dentro de cada categoría se agrupan varios contenidos clave, recogidas en la siguiente tabla.

Tabla 10. Categorías de la Responsabilidad Social corporativa

CATEGORIA DE RSC	CONTENIDOS CLAVE
Comunidad	Comunidad y caridad Trabajo para discapacitados Políticas de ayudas Voluntariado para empleados
Entorno	Entorno Integración arquitectónica Desarrollo sostenible
Mercado	Diversidad de proveedores Juego responsable
Visión y valores	Misión y valores Códigos de Conducta Supervisión corporativa de la RSC Verificación independiente
Empleados	Diversidad de empleados Salud y seguridad en el trabajo Programas de bienestar para empleados Cuidado de los niños

Fuente: Basado en Holcomb et al. 2007

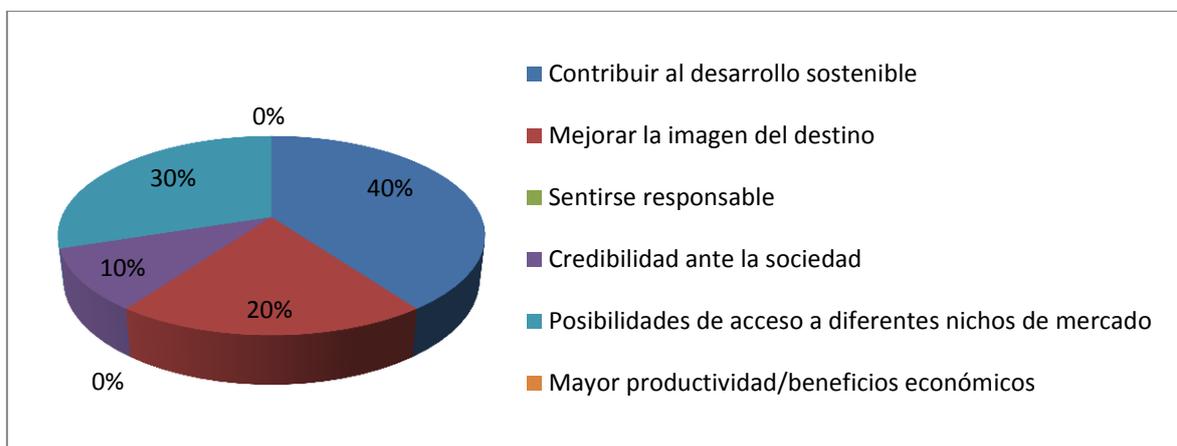
Para la realización del estudio se analizarán las respuestas de las encuestas realizadas a los directivos hoteleros, las páginas web de los hoteles y otras fuentes que ofrecen información sobre las actividades hoteleras en materia de responsabilidad social y medioambiental.

7.1 Resultados del estudio

A nivel general es posible apreciar que en los hoteles de cuatro estrellas no existe un enfoque de trabajo explícito en el desarrollo de acciones de RSC. Solo el 31% de los hoteles tienen una política definida y estos son los que pertenecen a las cadenas hoteleras NH, Wyndham, AC by Marriott y Paradores. Los hoteleros siguen la política en materia de RSC propia de la cadena, pero ninguno tiene implementado una herramienta específica para la gestión de RSC en el establecimiento que dirigen. En la gestión hotelera no existe ninguna persona que se ocupe exclusivamente con las actividades de RSC, sino más bien hay empleados que tienen algunas responsabilidades asignadas para la ejecución de las mismas.

Los directivos en unanimidad consideran muy importantes los principales rasgos de la RSC. En cuanto a estrategias de gestión los principales beneficios se enfocan en la contribución al desarrollo sostenible (40%), en las posibilidades de acceso a nichos de mercado diferentes (30%) y en mejorar la imagen del destino (20%).

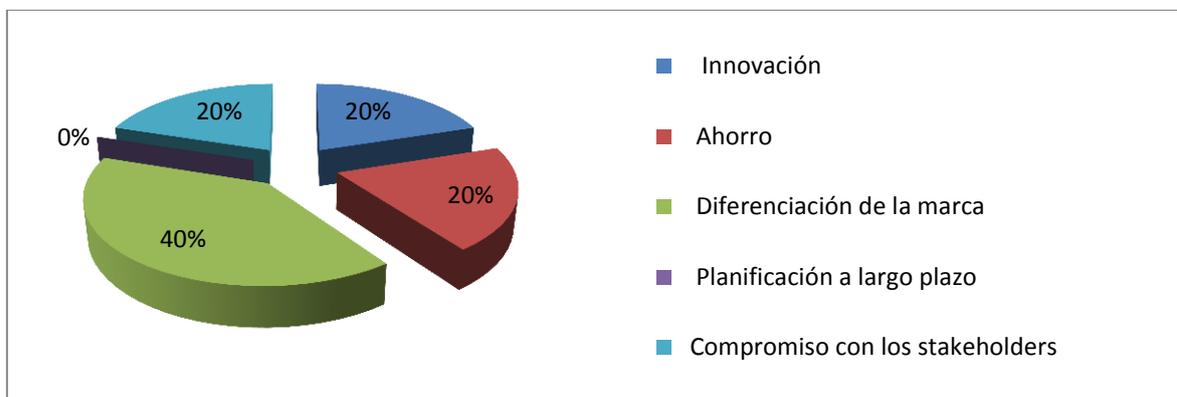
Gráfico 8. Ventajas de la RSC



Elaboración propia

En cuanto a razones para la incorporación de la RSC en la gestión hotelera destacan la diferenciación de la marca, la innovación y el compromiso con los *stakeholders*.

Gráfico 9. Razones para la incorporación de la RSC

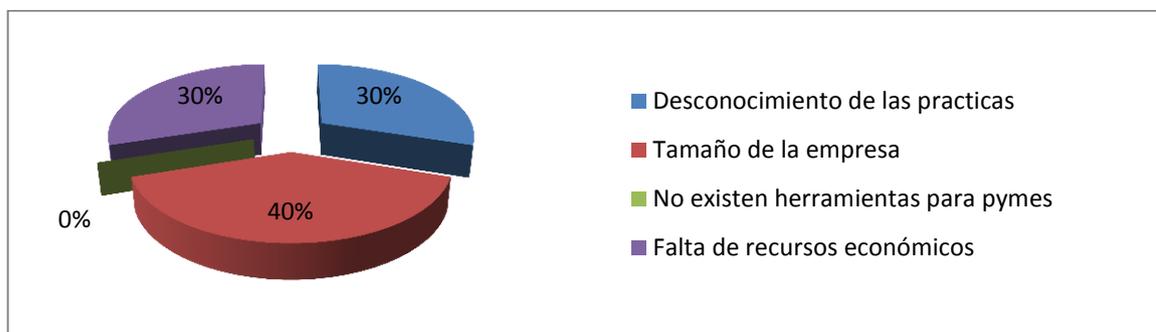


Elaboración propia

Sin embargo, a pesar de los beneficios que los empresarios opinan que pueden obtener con la RSC se ven limitados principalmente por el tamaño de la empresa (40%), los factores económicos (30%) y el desconocimiento de las prácticas y la dificultad del entendimiento de la RSC en este sector. Resulta evidente que estas acciones aún no son comprendidas dentro del sector como un elemento estratégico de inversión sino más bien como un gasto

adicional y dadas las circunstancias económicas de los últimos años la integración de estas acciones es reducida.

Gráfico 10. Limitaciones de la implementación de la RSC



Elaboración propia

Para analizar el grado de implementación y las acciones de RSC que se realizan en los alojamientos hoteleros se han seguido las categorías mencionadas en la Tabla 10.

- **Comunidad**

Según la información señalada en las encuestas aplicadas en la etapa de la recolección de datos, resulta que en los hoteles de Gijón existe un grado medio de interés en relacionarse con la comunidad, ya que solo 40% de los hoteleros llevan a cabo iniciativas de acción social de forma ocasional y un 10% de forma sistemática.

Cabe destacar que hay hoteles que ofrecen productos tradicionales de Asturias como la cocina "guisandera" del Parador Molino Viejo. Además de una concina tradicional, se realizan acciones de colaboración social con colectivos desfavorecidos a través de Incorpora y Cruz Roja.

Después de analizar las páginas web de los establecimientos hoteleros resulta que el compromiso de los directivos gijoneses con la comunidad es más elevado. Las cadenas hoteleras NH, Parador, Tryp by Wyndham y AC by Marriott tienen publicadas en sus páginas web las principales acciones sociales.

La cadena NH en 2010 ha definido el nuevo Plan Director de Responsabilidad Corporativa 2011-2013 y una de las líneas estratégicas es la Acción Social Global, que recoge las principales líneas de actuación en todas las Unidades de Negocio con implantación adaptada a las necesidades locales y a nivel global. El plan permitirá, además, la comunicación integrada de los proyectos sociales desarrollados en todas las Unidades de

Negocio. Las tres líneas de actuación definidas para Acción Social se enmarcan en el programa *Our Communities*, una “promesa innovadora de Acción Social”: Hoteles con Corazón, Programas de Empleabilidad y Voluntariado Corporativo²⁹.

Tryp by Wyndham a través de la fundación *Wishes by Wyndham* se compromete a mejorar la vida de los niños de todo el mundo y apoyan sus metas por medio de donaciones en especie, horas de voluntariado y creando conciencia y recaudando fondos para organizaciones relacionadas con su misión³⁰.

La cadena Marriott está comprometida a invertir en las comunidades donde operan mediante las iniciativas de participación comunitaria y responsabilidad social de “*Spirit To Serve Our Communities*”. Todos los hoteles pertenecientes a esta cadena están enfocados en cinco áreas: refugio y alimento, medioambiente, listo para trabajar, vitalidad de los niños y fomento de la diversidad³¹.

Toda la cadena de hoteles que forman Sercotel se ha unido a una de las iniciativas que desarrolla UNICEF en establecimientos hoteleros y que lleva por nombre “*Hoteles Amigos*”. El proyecto consiste en que los hoteles que forman parte del programa se conviertan en plataformas de comunicación y de movilización tanto para empleados como para clientes. Toda la comunicación tiene por fin sensibilizar el respeto y la promoción de los derechos de la infancia.

La cadena de hoteles Silken ha firmado nuevos acuerdos con Cruz Roja, Mensajeros de la Paz y UNICEF. Sus hoteles también participaron en acciones como “*Restaurantes contra el Hambre*” de Acción Contra el Hambre. La hotelera acaba de firmar una colaboración global con la Federación Española de Enfermedades Raras (FEDER).

En cuanto a acciones locales destacan los hoteles Tryp Rey Pelayo, Abba y Parador que participan en diferentes productos de Gijón Turismo en los que se pone en valor los elementos diferenciadores de la ciudad.

El 50% de los hoteles están adaptados para personas con diversidad funcional. Para motivar y sensibilizar a los hoteleros en este tema, Gijón Calidad Turística y PREDIF³² han implementado un “*Programa de Accesibilidad Turística*” para mejorar la accesibilidad

²⁹ <http://corporate.nh-hoteles.es/es/responsabilidad-corporativa-y-sostenibilidad/gestion/sociedad>

³⁰ <http://es.wyndhamworldwide.com/category/community-support-responsiveness>

³¹ <http://www.espanol.marriott.com/marriott/responsabilidad-etica-empresarial.mi>

³² Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física

y atención al público con discapacidad y necesidades diversas en los establecimientos turísticos. Se ha de mencionar que en diciembre de 2014 cuatro de los trece hoteles de cuatro estrellas han recibido este distintivo: Abba, Silken, Asturias y NH.

La planta hotelera gijonesa está comprometida al mismo tiempo con los celíacos, ya que varios hoteles ofrecen en sus restaurantes productos sin gluten. Cabe mencionar que toda la ciudad en su conjunto está comprometida en este sentido, a través del proyecto Gijón Sin Gluten impulsado desde Gijón Turismo³³.

Se ha demostrado que la percepción de un entorno más seguro por los trabajadores, conlleva una disminución de las enfermedades, bajas o absentismo laboral, un aumento de la productividad y una disminución de sanciones y gastos innecesarios. De las empresas analizadas el 90% tienen implementado un Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales de acuerdo con la norma OSHAS 18001, lo que demuestra que los hoteleros quieren controlar los riesgos y mejorar el desempeño de la seguridad y salud en el trabajo.

Como se ha mencionado en el capítulo anterior, el cuidado del medio ambiente y la garantía de sostenibilidad es un aspecto cada vez más valorado por los viajeros y por eso es importante que establecimientos hoteleros realicen un esfuerzo en este sentido.

- **Integración en el entorno**³⁴

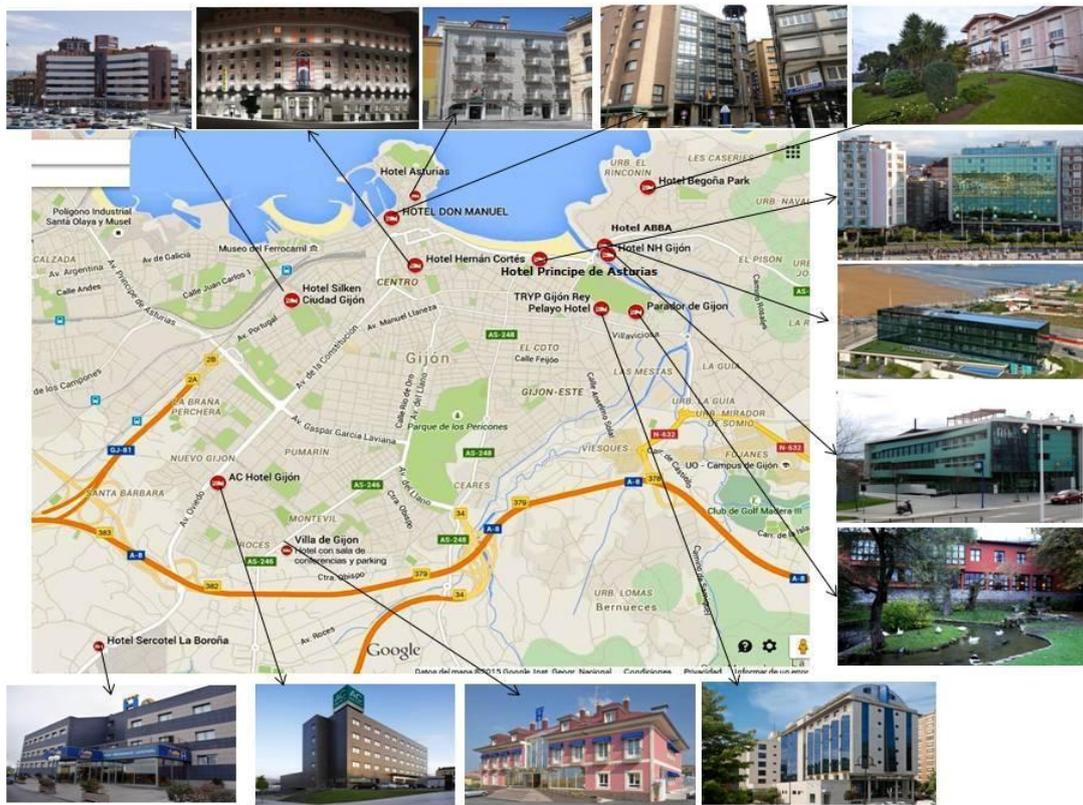
Los establecimientos hoteleros son una parte integral y dinamizadora de Gijón como destino turístico, y por tanto tienen como primer reto para avanzar hacia la sustentabilidad procurar la mejor integración en el entorno ambiental y socio-cultural.

Si analizamos la ubicación de los hoteles de cuatro estrellas, podemos observar (fig. 2) que la mayoría están concentradas en la primera y la segunda línea de la playa y cuatro de ellos están cerca del Parque Isabel La Católica, la zona verde más importante del centro de la ciudad.

³³ <http://www.gijon.info/page/12292-gijon-sin-gluten>

³⁴ Fernández, 2010

Fig. 2 Mapa Gijón – hoteles de cuatro estrellas



Elaboración propia con mapa de Google Maps

Un factor importante en la sostenibilidad hotelera lo representa la arquitectura y el diseño de los hoteles, ya que se ha demostrado que es posible conseguir ahorros energéticos y confort en los hoteles tanto a nivel acústico, como térmico, de seguridad y de calidad del aire interior.

Por su arquitectura minimalista destaca el hotel Abba que parece un cubo acristalado y azul, pretendiendo una mayor integración en el entorno.

Detrás del Abba se alza el hotel NH, que ha sido construido siguiendo la misma línea, para que todo armonice en un entorno vegetal, y ningún inmueble eclipse al otro. Existe una continuidad de planos entre los dos hoteles, una homogeneidad que dan las líneas y los volúmenes y huecos que encajan como en un puzle. Se insistió mucho en la necesaria interrelación entre el inmueble y su inmediato entorno vegetal constituido por el Parque Isabel la Católica y el Parque Ingles.

Foto. 1 Hoteles Abba y NH Gijón



Fuente: gijon.elcomercio.es

Wyndham Worldwide "cumple con lo que dice" y se esfuerza por innovar cuando se trata de instalaciones sostenibles. El hotel Tryp by Wyndham Rey Pelayo ha sido reformado. Es destacable la domótica³⁵ en el inmueble, lo que supone una eficiencia energética. La calefacción deja de funcionar de forma instantánea al abrir cualquier ventana y se regula la humedad de cada habitación. Además los cristales están diseñados para reverberar la luz solar, a fin de evitar el calentamiento y efecto invernadero. El hotel tiene un sistema para control integral de las instalaciones de climatización, iluminación, seguridad y alarmas técnicas, redes informáticas, sonido e intercomunicación, así como protección contra incendios.

Reutilizar es una de las actividades más importantes de la sostenibilidad. Reutilizar el propio edificio es algo que la cadena Paradores hace, ya que basa su oferta en el patrimonio arquitectónico, poniendo en valor edificios históricos y artísticos. El Parador de Gijón "recicla y reutiliza" un viejo molino centenario. La última reforma del Parador entre 2002-2003 se realizó con el objetivo de integrar el edificio en el parque que lo rodea cambiando el color de blanco a granate y se abrió con vistas al parque de Isabel la Católica.

La fachada se debe adaptar a las necesidades del usuario y el clima exterior, consiguiendo una mejora del confort térmico en las habitaciones y ahorros significativos en climatización e iluminación. Bajo este concepto ha sido transformada la fachada del hotel Príncipe de Asturias, buscando al mismo tiempo una fachada acristalada y luminosa en la línea marítima.

³⁵ conjunto de técnicas orientadas a automatizar una vivienda, que integran la tecnología en los sistemas de seguridad, gestión energética, bienestar o comunicaciones

A diferencia de los hoteles analizados anteriormente, los hoteles AC Gijón by Marriott y Silken Ciudad Gijón han apostado por una ubicación en los nuevos barrios. El hotel AC Gijón se ubica cerca de un polígono industrial y su arquitectura encaja perfectamente en el entorno.

La rehabilitación de inmuebles es un método idóneo para recuperar y conservar el patrimonio y garantizar un paisaje hacia el futuro, una premisa bajo cual se han reformado los hoteles Hernán Cortes y Asturias. El hotel Asturias se encuentra en un edificio que data de finales del siglo XIX en la Plaza Mayor, mientras que el hotel Hernán Cortes comparte edificio con el Casino de Asturias, un edificio neoclásico y antiguo cine de Gijón.

Es evidente que cada uno de los establecimientos hoteleros de cuatro estrellas ha tratado de integrarse en el entorno teniendo en cuenta los aspectos volumétricos, la recuperación y conservación del patrimonio o nuevas construcciones que han utilizado las nuevas tecnologías para lograr una eficiencia energética, mejor aislamiento y recuperación de antiguas zonas industriales.

Gestión medioambiental de los establecimientos

La sostenibilidad económica y ambiental del sector hotelero requiere la reducción del consumo energético y de la progresiva utilización de energías más limpias y eficientes. Para ello, es necesario sensibilizar al personal y a los clientes, llevar a la práctica medidas técnicas y de gestión para reducir el consumo sin disminuir el confort, mejorar la eficiencia energética y sustituir las fuentes de energía fósil por energías renovables³⁶.

El informe realizado por Invesmark "El Turismo en Gijón 2013", revelaba que 88,1 % de los establecimientos hoteleros utilizaban bombillas de bajo consumo, el 64,9% realizaban recogida selectiva de basuras, el 51,1% han instalado interruptores de presencia, el 38,9% sistemas de limitación de uso de energía y el 37,6% sistemas de limitación de consumo de agua.

Según el mismo informe los establecimientos adheridos al sistema SICTED muestran mayor sensibilidad hacia la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente que en hoteles no adheridos.

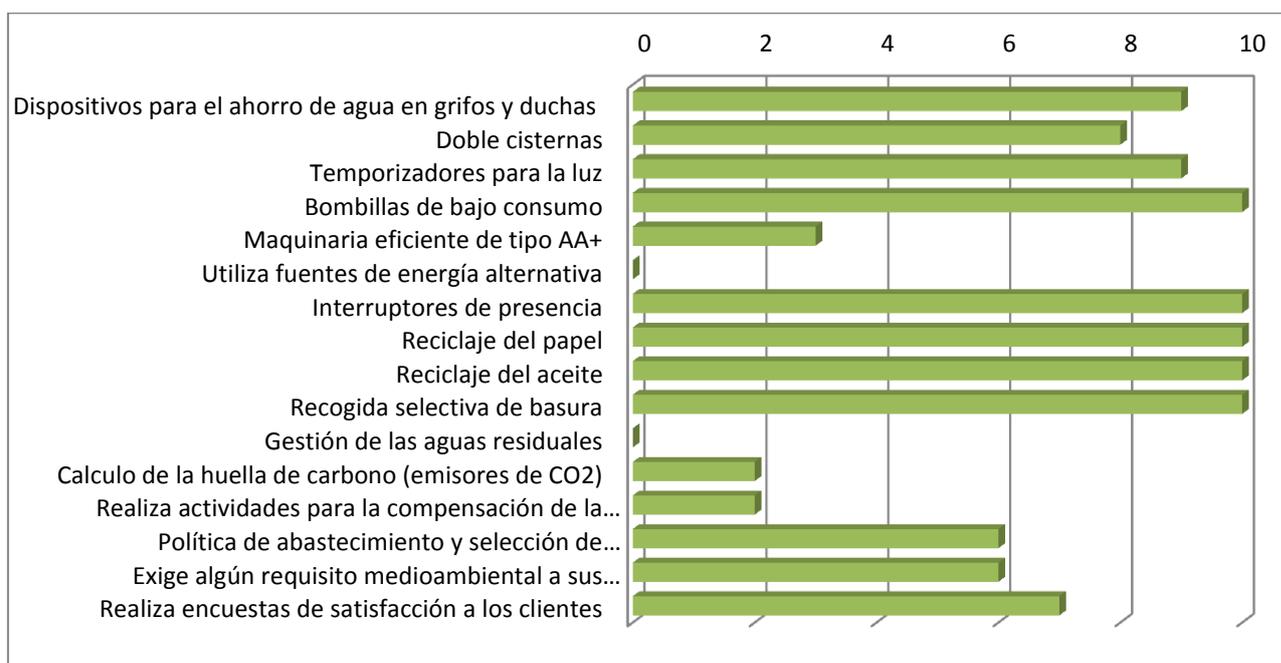
³⁶ <http://www.hotelesmasverdes.com/>

El ahorro de energía es la mejor contribución de un establecimiento turístico a la conservación del clima y el medio ambiente.

En la ayuda para el ahorro energético de los hoteleros de Gijón llegó también la Agencia de Energía de Gijón (ALEG). La campaña de ahorro de agua y energía en los hoteles fue diseñada por la Agencia Local de la Energía de Gijón en colaboración con la EMA (Empresa Municipal de Aguas de Gijón), la Unión Hotelera y la Sociedad Mixta de Turismo. Fue dirigida a los clientes de los hoteles con el objetivo de concienciar el ahorro de agua y energía con pequeños cambios de conducta.

La Gráfica 11 muestra las iniciativas en materia sostenible que realizan cada uno de los establecimientos analizados.

Gráfico 11. Acciones sostenibles que se realizan en los hoteles



Elaboración propia.

Podemos observar que los hoteles encuestados realizan diferentes y variadas prácticas sostenibles, siendo las más habituales el uso de bombillas de bajo consumo, interruptores de presencia, el reciclaje y dispositivos para ahorrar el agua.

Como otras acciones no incluidas en la encuesta y comentadas por los directivos destacan las promovidas por la cadena NH, consistentes en el uso de *amenities* y bolígrafos de material biodegradable y los novedosos *ecomeetings*, que son reuniones sostenibles.

El hotel Tryp Rey Pelayo promueve la sostenibilidad a través de los carteles colocados en recepción, informando de los materiales más usados en el hotel y el tiempo que tardan en desintegrarse de forma natural (plástico, especialmente) para evitar que los clientes dejen residuos en la playa. Además en los dispensadores colocados en los baños existen unas pegatinas a través de cuales se envía un mensaje al turista: *“Usando estos dosificadores estás reduciendo la emisión de CO2 a la atmosfera”*. También merece una mención especial el programa *“Own the city”* que ofrece actividades que ponen en valor el patrimonio cultural, natural y tradicional de Gijón y Asturias.

Los hoteles AC se diseñan con criterios de eficiencia energética (Máster Proyecto de Arquitectura y Máster Proyecto de Instalaciones). El Hotel AC Gijón utiliza grifería, descargas y otros dispositivos que ahorran agua; artículos que ayudan a hacer un baño sostenible, con el máximo ahorro y el mínimo consumo, sin que ello signifique reducir el diseño ni la calidad del producto ni del funcionamiento.

El hotel ABBA Playa Gijón emplea criterios de mejora de la gestión ambiental del alojamiento. El hotel amplía su oferta del turismo sostenible, ya que Abba Hoteles se convirtió, en la primera cadena hotelera en ofrecer en Gijón el servicio de recarga para vehículos eléctricos. Para ello el hotel habilitó los puntos de recarga compatibles con todas las marcas y fabricantes de vehículos: coches, motos, bicicletas eléctricas, *segway*, etc. El sistema inteligente permite identificar el vehículo, autorizar el servicio y avisar al usuario vía e-mail o mensaje en el móvil cuando la carga eléctrica se ha completado.

El hotel Príncipe de Asturias tiene una Declaración Medioambiental, a través de cual han desarrollado unas pautas de buen comportamiento medioambiental, que les permite cumplir con el compromiso medioambiental. Tanto la dirección, como los trabajadores enfocan sus esfuerzos a lograr entre otros: una correcta separación de residuos, fomentar la cultura de reciclaje y la reducción en los consumos de agua, combustibles y energía.

El Parador de Gijón es el único hotel de la ciudad certificado según la Norma medioambiental ISO 14001:2004 que le permite distinguirse entre los otros. La política medioambiental está muy bien definida, establecida desde la cadena Paradores. El hotel tiene medidas de eficiencia energética incorporadas y en toda la cadena se realiza un control mensual de emisiones atmosféricas.

Solamente tres de los establecimientos hoteleros calculan sus emisiones de CO₂ y realizan actividades de compensación de la huella de carbono.

La importancia de los procesos de certificación tiene dos ámbitos:

1. Interno – relacionado con las mejoras que se producen dentro de la organización y el cambio cultural que se logra en el tiempo
2. Externo – puesto que la certificación genera un mayor reconocimiento del mercado y fortalece la imagen de confianza, lo que ofrece a las empresas certificadas la oportunidad de lanzarse en nuevos mercados a través de la ventaja comparativa que se logra con la certificación (Nord, 2006).

No se debe olvidar que la certificación en base a una determinada norma tiene un coste en dinero y en recursos (tiempo de las personas involucradas en el proceso) para la organización.

Aunque la certificación ofrece muchos beneficios y da credibilidad ante los clientes, como he mencionado anteriormente solo uno de los hoteles analizados está certificado en materia medioambiental, con la ISO 14001:2004.

Aun así varios de los hoteles que han sido objeto del estudio tienen algún distintivo o están certificados en materia de calidad con la Q de Calidad Turística o la ISO 9001.

Hay tres empresas hoteleras gijonesas que han obtenido el distintivo '*Gijón, Turismo Responsable*' en el marco de un proyecto que buscaba extender a entidades privadas un reconocimiento obtenido en su día por el municipio al lograr la certificación '*Biosphere World Urban Destination*'. Las tres entidades que han obtenido la certificación, de las 39 estudiadas durante el desarrollo del proyecto, son: los hoteles Tryp Gijón Rey Pelayo, Abba Playa Gijón y Parador de Gijón.

Otros cuatro hoteles han obtenido el distintivo de *Turismo Accesible*, resultado de la primera edición del “Programa de Accesibilidad Turística”, implantado por Gijón Calidad Turística y PREDIF para mejorar la accesibilidad y atención al público con discapacidad.

Tabla 11. Certificaciones y distintivos de los hoteles

ESTABLECIMIENTO CATEGORIA 4****	Q de Calidad	Gijón Turismo Responsable	Gijón Con Calidad	ISO 9001	ISO 14001	Turismo Accesible
ABBA Playa Gijón		X				X
AC Hotel Los Ferranes Asturias						X
Begoña Park	X			X		
Don Manuel						
Hernán Cortés						
La Boroña						
NH Gijón						X
PN Molino Viejo	X	X		X	X	
Príncipe de Asturias						
Silken Ciudad de Gijón			X			X
Tryp Rey Pelayo		X	X			
Villa de Gijon						

Fuente: Guía turística - Gijón con Calidad, 2015

- **Empleados**

Un factor muy importante en la responsabilidad corporativa hotelera lo representan los empleados (Gandara, 2000). Dado que la media de la plantilla hotelera es de unos 19 empleados por hotel, en los establecimientos de cuatro estrellas trabajarían más de 240 personas que mediante unas prácticas adecuadas en el lugar de trabajo pueden contribuir considerablemente y de manera positiva en la sostenibilidad.

En este contexto, la comunicación interna se erige como una herramienta fundamental ya que su función iría más allá de asegurar que todos los empleados estén adecuadamente informados. Se trata, además, de generar y gestionar la confianza de la plantilla, involucrarla en los procesos de participación y toma de decisiones, convencerla de su aporte y motivarla para que use y dinamice los canales de retroalimentación generados para conocer sus expectativas y necesidades³⁷.

³⁷ Sáenz, 2015 en <http://www.mercaredsostenible.com>

Según los resultados de las encuestas todos los empleados de los hoteles conocen los alcances de la misión y las políticas para la sostenibilidad, pero aún así hay pocos establecimientos en cuales se realicen de forma regular actuaciones que formen y sensibilicen el personal en este tema.

En este apartado también existen diferencias entre los hoteles que pertenecen a las grandes cadenas hoteleras y los demás, que no tienen claramente definidas sus actuaciones en materia de responsabilidad corporativa.

Los empleados son el valor más importante de NH Hoteles ya que a través de ellos la cadena expresa su cultura de responsabilidad. Se intenta ofrecerles un buen entorno para trabajar, con formación y crecimiento profesional en el que se integra la diversidad, el respeto e igualdad, sin tolerancia a la discriminación de ningún tipo.

Tryp by Wyndham favorece un ambiente de trabajo en el cual todos los individuos son tratados con respeto y dignidad. En todos los hoteles pertenecientes a la cadena se fomenta la igualdad de oportunidades y no discrimina, ya sea directa o indirectamente a sus empleados o posibles empleados debido a su raza, color de piel, religión, sexo, orientación/preferencia sexual, ciudadanía, estado civil, nacionalidad, edad o discapacidades o en cualquier otro aspecto establecido por la ley o reglamentaciones aplicables.

En Marriott, el programa de formación sobre ética empresarial refuerza la importancia de los valores corporativos y la responsabilidad ética para el éxito continuado de la industria de los viajes y el turismo. A través de la “Guía de Conducta Empresarial” se brinda asesoramiento a los gerentes y empleados sobre la legislación antimonopolio, competencia desleal, contribuciones políticas, abuso del poder de compra, soborno comercial y político.

Paradores de Turismo cuenta con un Código Ético basado en la misión, visión y valores de la empresa, y aplicable a nivel interno y externo. En él se recogen los derechos y deberes de la empresa, de sus empleados y de los proveedores. Paradores de Turismo también posee un Manual de Acogida destinado a los nuevos empleados que comienzan a trabajar en la empresa, donde se presenta toda la información institucional de la compañía.

• Proveedores

La colaboración con proveedores que gestionen su propio negocio bajo los mismos principios responsable y éticos que la gestión hotelera puede consolidar el compromiso con la sostenibilidad.

La política de aprovisionamiento de los hoteles de cuatro estrellas es, por lo general, más respetuosa con el medio ambiente que la de otros establecimientos de categoría inferior.

Según los resultados de las encuestas el 60% de los alojamientos hoteleros de cuatro estrellas exigen algún requisito medioambiental a sus proveedores. Destacan los hoteles NH y Parador de Gijón que siguen la misma política referente a proveedores implementada en toda la cadena.

• Clientes

Los clientes son un grupo de interés que demandan a las empresas hoteleras una responsabilidad social en todas sus dimensiones, pero sobre todo en la medioambiental. Álvarez et al. (2001) afirma que el tipo de turismo predominante entre la clientela del hotel puede afectar a la gestión ambiental que adopte el establecimiento de varias formas:

- *tipo de actividades que realizan* - aquí cabe mencionar que Gijón es un destino que ofrece múltiples opciones: sol y playa, cultura, gastronomía, deporte y negocios.
- *duración de la estancia* – en Gijón la media es de 5,3 noches.
- *motivo seleccionado por el cliente para elegir el establecimiento*

Según LLul (2003), citado por Ayuso (2006), las empresas asumen mayor implicación en la gestión medioambiental de forma directamente relacionada con el nivel de conciencia de sus clientes al respeto. Como se mencionó en el segundo capítulo la demanda para el turismo verde es cada vez mayor, sobre todo entre los turistas alemanes (10% de los turistas extranjeros de Gijón), holandeses, suizos y escandinavos, que muestran mayor grado de concienciación ambiental. Pero también cada vez más concienciados son los ingleses y los franceses que suponen el 30% de los extranjeros que llegan a Gijón. Es importante mencionar que la conciencia "verde" también se ha despertado entre los españoles, ya que 83,4% de los visitantes de Gijón son residentes en España.

Se puede afirmar que según las premisas expuestas anteriormente si los turistas están más sensibilizados con el medioambiente los establecimientos hoteleros deberán ofrecer lo que

se demanda, de esta manera introduciendo en su gestión prácticas medioambientales para satisfacer a sus clientes.

Al mismo tiempo es muy importante saber que opinan los turistas. Según el resultado de las encuestas el 70% de los hoteleros integra dentro de sus relaciones con el cliente mecanismos de comunicación y retroalimentación tales como las encuestas permanentes de satisfacción.

- **Misión y valores**

La misión, la visión y los valores representan el pilar principal del buen desarrollo de una empresa. Resulta beneficioso para toda organización definir claramente estos tres elementos, ya que ellos van a reflejar: quien es, a donde va y con qué cultura empresarial se afrontara ese camino.

La misión y la visión deben estar integradas, ser coherentes y compatibles entre sí. Como principal instrumento de gestión de la RSC, las grandes cadenas hoteleras disponen de un Código de Conducta y Ética Empresarial donde se plasma el compromiso formal de la compañía con un modo de actuar íntegro, responsable y de respeto hacia los diferentes grupos de interés.

En cuanto a los hoteles de cuatro estrellas de Gijón, solamente los hoteles que pertenecen a las grandes cadenas hoteleras como NH, Paradores, Tryp by Wyndham y Ac by Marriott tienen un Código de Conducta en el que se determinan los valores, principios y normas que deben regir el comportamiento y la actuación de cada uno de los hoteles que les pertenece.

La visión de NH *“es recompensar el tiempo que le dedican los clientes a NH Hoteles, mejorando su experiencia y contribuyendo a una mayor sostenibilidad”* con la misión de comprometerse a ofrecer servicios de hostelería sostenibles, consistentes y eficientes para los *stakeholders*, llegando a ser líder en el sector turístico en desarrollo sostenible y servir de inspiración para otros. Los valores que guían el trabajo de NH Hoteles son la orientación a las personas, innovación, responsabilidad medioambiental y sentido del negocio.

En Wyndham tienen como misión el aumento del valor de los accionistas siendo el líder en alojamiento turístico y recibiendo a sus huéspedes con destinos turísticos y marcas emblemáticas a través de su servicio distintivo *“Count On Me!”* La visión es la de aportar

valor a sus empleados, consumidores, clientes y accionistas mediante beneficios económicos, ambientales y sociales para las generaciones actuales y futuras. Mientras que los valores esenciales que rigen el negocio son: actuar con integridad, la diversidad, los derechos humanos, el bienestar, la filantropía, la ética, el medioambiente y sostenibilidad.

La misión y visión de Paradores de Turismo se traducen en una serie de valores que son los que determinan las actuaciones de la empresa y de todo su equipo. La misión de Paradores es facilitar la recuperación del patrimonio histórico con fines turísticos, permitiendo su conservación y mantenimiento a través de un desarrollo sostenible y respetuoso con el medioambiente. El objetivo de Paradores es *“convertirse en una red de hostelería que ofrezca un servicio de calidad integral, diferenciado, accesible y personalizado, comprometido con el entorno natural, económico e histórico, con el que se pretende potenciar la imagen del turismo español unida a un desarrollo sostenible”*.

Ac by Marriott tiene la misión de ser la mejor cadena hotelera a través de una filosofía de excelencia en servicio al cliente usando sus incomparables ventajas competitivas para poder proporcionar a sus huéspedes el más elevado valor percibido. Para lograr esto, cuentan con una visión compartida y el mejor y más altamente motivado recurso humano, aprovechando el potencial creativo de todos sus colaboradores. Su visión es mantenerse siempre 5 años adelante de la competencia mediante la innovación, infraestructura, programas para el desarrollo de sus RRHH y un servicio personalizado para sus clientes.

Las cuatro cadenas basan la misión y la visión en satisfacer las necesidades de sus *satkeholders* a través de los principios del desarrollo sostenible y respetando en todo momento los derechos humanos.

Comunicación del comportamiento socialmente responsable en la gestión hotelera

La comunicación de la RSC implica el traslado de este compromiso, los valores que lo inspiran y las iniciativas en las que se concreta, a la sociedad en general. La RSC debe ir acompañada de una buena estrategia de comunicación, tanto interna como externa, que garantice el reconocimiento y el impacto social de las iniciativas, y explique a los grupos de interés cómo, dónde y cuánto están aportando y poder valorar su éxito³⁸.

Cada entidad hotelera debe demostrar día a día lo que es y lo que pretende ser, tener un comportamiento coherente ante su personal y todos sus interlocutores, y la comunicación,

³⁸ Bernal Coates, ITH: <http://www.ithotelero.com/>

tanto interna como externa, deben estar perfectamente encadenadas con idénticos mensajes, para no generar confusiones (Van Riel, 2000).

Es necesario prestar atención a los aspectos comunicativos de las políticas de Responsabilidad Social, ya que difícilmente estas van a tener un reflejo en la demanda si no se les hace llegar de una manera eficaz y fiable.

El canal de reserva de alojamiento turístico colectivo más habitual es Internet. Si se tiene presente el hecho de que más de 50,0% de los turistas alojados en establecimientos hoteleros de Gijón utiliza este sistema de reserva, la información sobre sus acciones sostenibles deben estar presentes en sus páginas web.

Según las encuestas la herramienta más utilizada para transmitir este tipo de información es la web corporativa de la cadena y/o del hotel. En esta categoría se incluyen NH, Ac by Marriott, Parador y Tryp Rey Pelayo.

En segundo lugar, las propias instalaciones del establecimiento, especialmente, lugares como la recepción son utilizados con frecuencia para transmitir la filosofía de compromiso medioambiental de la empresa y destacar algunas de las acciones que se llevan a cabo.

NH elabora cada año un Informe Anual y una Memoria de Responsabilidad Corporativa que recogen el desempeño en el ámbito económico, medioambiental y social en línea con el enfoque sostenible y los compromisos con los grupos de interés. El objetivo es presentar un reporte equilibrado, preciso y coherente del triple desempeño vinculado a los temas relevantes para NH Hoteles y los proyectos estratégicos del año, con énfasis en la comparabilidad de los datos e información respecto a años anteriores.

Como han reflejado las encuestas, las herramientas de comunicación en el sector hotelero son las vinculadas a las nuevas tecnologías. Por tal razón, se analizaron los contenidos de las webs corporativas de los hoteles prestando especial atención a la presencia de información sobre las prácticas responsables y de sostenibilidad en este tipo de herramientas.

Tras la recogida de datos, tal y como muestra la Tabla 13 apenas el 25% de los establecimientos publican información sobre sus actividades responsables con la sociedad y el medioambiente.

Tras analizar las páginas web de cada uno de los hoteles resalta a la vista el hecho de que hay hoteles que se preocupan por la sociedad y por el medioambiente, pero no ofrecen información de sus acciones en los portales, como es el caso del hotel Abba Playa Gijón.

Los alojamientos hoteleros deberían mejorar la comunicación de sus actividades teniendo en cuenta que Gijón se ofrece como un destino sostenible que a su vez precisa de alojamientos sostenibles.

Tabla 12. Listado de los hoteles que brindan alguna información sobre sus actividades socialmente y medioambientalmente responsables.

Hoteles	Contiene Información	No contiene Información	Enlace
ABBA Playa Gijón		X	
AC Hotel Los Ferranes	X		http://www.marriott.com/corporate-social-responsibility/corporate-responsibility.mi
Asturias		X	
Begoña Park		X	
Don Manuel		X	
Hernán Cortés		X	
La Boroña		X	
NH Gijón	X		https://corporate.nh-hoteles.es/es/responsabilidad-corporativa-y-sostenibilidad
PN Molino Viejo	X		http://www.parador.es/es/institucional/responsabilidad-social-corporativa
Principe de Asturias		X	
Silken Ciudad de Gijón		X	
Tryp Rey Pelayo	X		http://es.wyndhamworldwide.com/category/environment-sustainability
Villa de Gijon		X	

Elaboración propia

En cuanto la evolución futura, el 60% de los hoteleros encuestados opinan que el interés para las prácticas de RSC aumentara, mientras que el 40% piensa que será igual que ahora.

De forma unánime los hoteleros están de acuerdo que la imagen de Gijón Sostenible influye en la implementación de las actuaciones de RSC, ya que todos consideran que los

turistas de hoy en día son más exigentes con el nivel de compromiso social y medioambiental de los alojamientos turísticos.

8. CONCLUSIONES

Existen múltiples herramientas e instrumentos que pueden ser utilizados por las organizaciones para apoyarse en la gestión y en la adopción de prácticas de Responsabilidad Social.

A través de este trabajo se ha podido concluir que en los hoteles de cuatro estrellas no existe un enfoque de trabajo explícito en el desarrollo de RSC, aunque todos los encuestados consideran muy importantes este tipo de prácticas que ofrecen como principal ventaja el desarrollo sostenible y la diferenciación en un entorno cada día más competitivo.

Este tipo de acciones no son vistas como una inversión sino más bien como un gasto adicional por lo cual ningún hotel tiene implementada herramientas de gestión de RSC, ya que los hoteleros se ven limitados en este sentido por el tamaño de la empresa, el desconocimiento de las prácticas y la falta de recursos económicos.

En el estudio se pudo comprobar que en lo referente a la dimensión social de la RSC la mayoría de los hoteles analizados tratan de *“devolver a la sociedad parte de lo que ella les había facilitado”* a través de acciones como el voluntariado, acuerdos con la Cruz Roja o UNICEF. En cuanto a acciones locales destacan los hoteles Tryp Rey Pelayo, Abba y Parador que participan en diferentes productos de Gijón Turismo en los que se pone en valor los elementos diferenciadores de la ciudad.

La ciudad de Gijón destaca como modelo de cooperación público-privada en las que han participado varios de los hoteles: “Programa de Accesibilidad Turística” para mejorar la accesibilidad y atención al público con discapacidad y necesidades diversas o “Gijón Sin Gluten” que reúne hoteles que ofrecen en sus restaurantes productos sin gluten.

La seguridad de los empleados es otro punto a favor ya que 90% de hoteleros tienen implementado un Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales de acuerdo con la norma OSHAS 18001.

Queda claro que a nivel nacional las grandes cadenas hoteleras han avanzado en materia de responsabilidad social, pero en lo referente a los hoteles independientes como son más de 50% de los que han sido objeto del estudio les queda un camino largo para recorrer.

De una forma más concreta, se concluye que los hoteles están empezando a incorporar acciones responsables con el medio ambiente. En su mayoría, las prácticas incorporadas por el sector son acciones relativas al cuidado medioambiental y sin un coste excesivo para la empresa, como el uso de bombillas de bajo consumo, la instalación de mecanismos de ahorro en la grifería, el uso de interruptores temporizadores o el reciclado de materiales. Como acciones recientes que han necesitado mayores inversiones han sido las renovaciones que se han hecho en los hoteles más antiguos.

Las certificaciones y estándares son una herramienta que permiten a los hoteles ser más eco-friendly con el medioambiente y destacar entre la multitud. Aun así son pocas que han optado para ellas. De hecho solo un hotel de Gijón está certificado con la ISO 14001:2004.

Es importante mencionar que el programa de SICTED en Gijón influye en la imagen hotelera, ya que varios de los hoteles han obtenido algún que otra distinción sobre todo en lo referente a la calidad, sujeto que parece tener mayor importancia en la gestión empresarial.

Por último, en el análisis de la política comunicativa de los hoteles, el estudio revela que pocos hoteleros informan sobre sus acciones responsables. Los datos muestran que sólo cuatro de los trece establecimientos informan este tipo de actuaciones.

Como conclusión final puedo afirmar que existen grandes diferencias entre los hoteles que pertenecen a las cadenas hoteleras de NH, Paradores, Tryp by Wyndham y Marriott, que tienen definidas de manera explícita las acciones de RSC. Los demás hoteles realizan algunas acciones responsables pero no tienen implementados los principios de RSC en su gestión.

Como los mismos hoteleros consideran que la imagen de Gijón Sostenible puede influir en la implementación de actuaciones de RSC, ahora que se trata de promover esta imagen, quizá la preocupación y el interés de los hoteleros por poner en práctica acciones de este tipo, aumentaran.

BIBLIOGRAFIA

- Alles, M. T. F., Marqués, R. C. (2011). La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero: revisión de la literatura científica. *Cuadernos de turismo*, (28), pp. 47-57.
- Alonso-Almeida, M.M., Rodríguez García, M.P., Cortez, K.A. y Abreu-Quintero, J.L., (2012). La responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero. una aplicación empírica en las empresas mexicanas cotizadas. *Contaduría y Administración*, vol.57, nº 1, pp.149-184.
- Álvarez, M.J., de Burgos, J., Céspedes, J.J., (2001). Un análisis exploratorio de las estrategias medioambientales y el contexto organizativo de los hoteles españoles. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, nº8, pp.5-32.
- Ayuso, S. (2003). *Gestión sostenible en la industria turística: Retórica y práctica en el sector hotelero español*. Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Ayuso, S. (2006). Adoption of voluntary environmental tools for sustainable tourism: Analyzing the experience of Spanish hotels. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol. 13, nº4, pp. 207–220.
- Bohdanowicz, P. (2005). European Hoteliers' Environmental Attitudes: Greening the Business. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 46, nº 2, pp. 188-204.
- Bohdanowicz, P. y Zientara, P. (2009). Hotel companies' contribution to improving the quality of life of local communities and the well-being of their employees. *Tourism and Hospitality Research*, vol. 9 nº 2, pp. 147-158.
- Castellanos-Verdugo, M., Rojo, I. M., & González, F. J. C. (2007). *Propuesta de una escala de medición de la responsabilidad social corporativa (RSC) en la actividad turística*. In Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro (p. 185). Universidad de La Rioja.
- Chan, E.S.W (2011). Implementing environmental management systems in small and medium-sized hotels: Obstacles. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 35, pp. 3-23.
- Cobo, B. N. (2011). La Gestión sostenible y su comunicación en el sector hotelero de la ciudad de Málaga. *Prisma Social: revista de ciencias sociales*, (6), 30-62.

- Cotillo, P., (2014). *Cadenas Hoteleras Españolas y la Responsabilidad Social: Una Realidad Palpable*, Universidad de León.
- Comisión de las Comunidades Europeas (CCE), (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas, Bélgica.
- Campodónico, R., & Da Cunha, N. (2009). *Turismo, desarrollo y Mercosur*. Universitat Illes Balears.
- García, F.J., Armas, Y.M., (2007). Aproximación a la incidencia de la responsabilidad social-medioambiental en el rendimiento económico de la empresa hotelera española, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol.16, nº 1, pp. 47-66.
- Gandara, J.M., (2000), Hoteles Sostenibles para Destinos Sostenibles – La calidad Hotelera como instrumento de la calidad, *El comportamiento de la empresa ante entornos dinámicos: XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM*, Vol. 2, pp. 19-29.
- De Grosbois, D. (2012), ‘Corporate Social Responsibility reporting by the global hotel industry: Commitment Initiatives and performance’, *International journal of Hospitality Management*, 31(3), pp. 896-905.
- Dodds, R. y Joppe, M. (2005). *CSR in the tourism industry: the status of and potential for certification, codes of conduct and guidelines*. World Bank/IFC, Washington, DC.
- Forética. (2011).”*Evolución de las responsabilidad social de las empresas en España*”. Forética. Madrid.
- Holcomb, J.L., Upchurch, R.S., y Okumus, F. (2007). Corporate Social Responsibility: What are top hotel companies reporting? *International journal of contemporary hospitality management*, 19(6), 461-475.
- InvesMark; (2014), *El turismo en Gijón*.
- InvesMark; (2015), *Avance el turismo en Gijón 2014*.
- INE - Instituto Nacional de Estadística. (2015). Recuperado el 21 de Mayo de 2015 de <http://www.ine.es/>
- Nord, T., (2006). *Corporate Social Responsibility in the Hotel Industry – A Cross Cultural Study*, Master’s Thesis, Stockholm University.
- Martínez, P., Pérez, A., & Rodríguez del Bosque, I. (2013). Responsabilidad social corporativa: Definición y práctica en el sector hotelero. El caso de Meliá Hotels

International. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, Vol. 5, No.1, pp.141-173.

- Observatorio de la Sostenibilidad, (2014), *Sostenibilidad en España* - www.observatoriosostenibilidad.com
- OMT, (2007), *Cambio climático y turismo: Responder a los retos mundiales*,
- Rodríguez, F. J. G., & Cruz, Y. D. M. A. (2007). Relation between social-environmental responsibility and performance in hotel firms. *International Journal of Hospitality Management*, 26(4), 824-839.
- Sánchez Fernández, (2012). *Herramientas estratégicas de responsabilidad social corporativa en el sector hotelero*, Revista Turismo & Desarrollo, nº17/18, pp. 123-124
- SITA (2012). *El turismo en Gijón*, disponible en <http://www.sita.org/>
- Van Riel, C. (2000). *Comunicación corporativa*. Prentice Hall, España.

Páginas web consultadas:

AC Hotels by Marriot. (2012). "*Dossier de prensa*". Comunicación. AC Hotels by Marriot.

AEC – Asociación Española para la Calidad. Recuperado el 13 de Junio d 2015, de <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/norma-une-en-iso-14064>

AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación, Recuperado el 27 de Junio de 2015, de <http://www.aenor.es/aenor/aenor/perfil/perfil.asp>

AGICATUR - Asociación de Gijón para la Calidad Turística, Recuperado en 27 de Mayo de 2015, de <http://www.gijoncalidad.com/>

Ayuntamiento de Gijón. Recuperado en 1 de Junio de 2015, de <http://www.gijon.es/>

Ecoeficiencia y buenas prácticas ambientales en la gestión hotelera. Recuperado el 17 de Junio de 2015, de http://www.hotelesmasverdes.com/archivos/Unidad_Argentina_2011_baja5.PDF

Forética, Recuperado el 2 de Junio de 2015 de www.sge21.foretica.es

Gijón Turismo Sostenible. Recuperado el 19 de Junio de 2015 de <http://www.gijon.info/page/12528-gijon-sostenible>

Gijón, ciudad Biosphere Recuperado el 19 de Junio de 2015 de <http://www.gijon.info/page/13817-certificacion-biosphere>

Gijón Sin Gluten, Recuperado el 19 de Junio de 2015 de <http://www.gijon.info/page/12292-gijon-sin-gluten>

GRI - Global Reporting Initiative. Recuperado el 17 de Junio de 2015, de www.globalreporting.org

Hosteltur, 2013, Recuperado el 16 de Junio de 2015 de http://www.hosteltur.com/125190_agencias-britanicas-revelan-creciente-exigencia-sostenibilidad.html

Hosteltur, 2012, Recuperado el 17 de Junio de 2015 de http://www.hosteltur.com/192100_es-sector-hotelero-socialmente-responsable.html

IBLF (The Prince of Wales International Business Leaders Forum). (2005). CSR roadmap. Recuperado el 5 de Mayo de 2015, de www.iblf.org/iblf/csrwebassist.nsf/

IET – Instituto de Estudios Turísticos, Recuperado el 4 de Junio de 2015, de <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/Paginas/default.aspx>

Instituto Huella de Carbono, Recuperado el 4 de Junio de 2015, de <http://www.institutohuelladecarbono.com/>

ITH – Instituto Tecnológico Hotelero, Recuperado el 23 de Junio de 2015, de <http://www.ithotelero.com/blog/rsc-en-hoteles-puede-el-turismo-ser-un-negocio-responsable>

Marriott, Negocio Responsable, Recuperado el 15 de Junio de 2015 de <http://www.espanol.marriott.com/marriott/responsabilidad-etica-empresarial.mi>

NH Hotel Group. (2014), *Informe Anual 2014* (N. H. Group, Ed.) Recuperado el 9 de Junio, de 2015, <http://corporate.nh-hoteles.es/es/responsabilidad-corporativa-y-sostenibilidad>

Nielsen Global Corporate Social Responsibility Report, June, 2014 - *“Doing well by doing good”* - www.nielsen.com

Norma ISO 26000 RS (2010), Texto de la Norma consultada en Instituto Internacional de Estandarización (ISO), Recuperado el 5 de Junio de 2015 de <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>,

OMT - Organización Mundial de Turismo. Recuperado el 4 de Junio de 2015, de <http://www2.unwto.org/es>

Wyndham Worldwyde, RSC. Recuperado el 19 de Junio de 2015, de <http://es.wyndhamworldwide.com/category/community-support-responsiveness>

ANEXOS

Anexo 1

Índice de tablas

Tabla 1. Definiciones de la Responsabilidad Social Corporativa	4
Tabla 2. Dimensiones de la RSC	5
Tabla 3. Iniciativas de Responsabilidad Social: Certificables y No Certificables	15
Tabla 4. Herramientas de Gestión Medioambiental	21
Tabla 5. Herramientas para el cálculo de la Huella de Carbono	24
Tabla 6. Tipología y plazas de los establecimientos turísticos de Gijón.....	31
Tabla 7. Categoría, habitaciones y plazas de los establecimientos hoteleros de Gijón.....	32
Tabla 8. Forma jurídica de los establecimientos hoteleros de Gijón.....	32
Tabla 9. Número de habitaciones y plazas en los hoteles de cuatro estrellas de Gijón.....	34
Tabla 10. Categorías de la Responsabilidad Social corporativa.....	38
Tabla 11. Certificaciones y distintivos de los hoteles	49
Tabla 12. Listado de los hoteles que brindan alguna información sobre sus actividades socialmente y medioambientalmente responsables.	55

Índice de gráficos

Gráfico 1. Número de hoteles en España, según tipo de categoría	10
Gráfico 2. Turistas en alojamientos hoteleros	28
Gráfico 3. Evolución mensual de las pernoctaciones en los alojamientos hoteleros de Gijón	28
Gráfico 4. Pernoctaciones de los turistas alojados en los hoteles de Gijón entre 2008-2013	29
Gráfico 5. Evolución Tarifa Media Diaria (ADR) e Ingreso Medio por Habitación Disponible (RevPAR) – Gijón 2101-2014	30
Gráfico 6. Personal ocupado en los alojamientos hoteleros por meses en 2013	33
Gráfico 7. Evolución del número de plazas hoteleras en los establecimientos hoteleros de cuatro estrellas	33
Gráfico 8. Ventajas de la RSC.....	39

Gráfico 9. Razones para la incorporación de la RSC 39

Gráfico 10. Limitaciones de la implementación de la RSC 40

Gráfico 11. Acciones sostenibles que se realizan en los hoteles 46

Anexo 2

Encuesta

ENCUESTA PARA LOS HOTELES DE GIJÓN

1. Indíquenos la importancia que tiene para usted - en una escala de 1 a 5 (Siendo 1 nada y 5 muy importante) - los siguientes rasgos de la RSC:

	1	2	3	4	5
Responsabilidad con los trabajadores					
Integración cultural, étnica, diversidad					
Ética/transparencia en los negocios					
Responsabilidad con los clientes					
Responsabilidad con el Medio Ambiente					
Un compromiso ante la sociedad					

2. La RSC tiene varias ventajas. ¿Cuál de estas ventajas cree que es la más importante?
- Contribuir al desarrollo sostenible
 - Mejorar la imagen del destino
 - Sentirse responsable
 - Credibilidad ante la sociedad
 - Posibilidades de acceso a diferentes nichos de mercado
 - Mayor productividad/beneficios económicos
3. ¿Tiene implementado en su establecimiento alguna herramienta de gestión de la RSC?
- Si - Nombre de la herramienta:.....
 - No (pase a la pregunta (5))
4. ¿Cuál es la principal razón de su hotel para incorporar en su gestión la RSC?
- Innovación
 - Ahorro
 - Diferenciación de la marca
 - Planificación a largo plazo
 - Compromiso con los stakeholders

5. ¿Cómo informa su organización sobre la RSC y Sostenibilidad?
 - No informamos la RSC, ni tenemos intención de hacerla
 - No informamos, pero tenemos intención de hacerla
 - Reporte o informe auditado por terceros
 - Informe RSC y Sostenibilidad, autónomo
 - Informe anual
 - A través de la web corporativa

6. ¿Cuál de estos aspectos considera que representan un impedimento en la aplicación de la RSC?
 - Desconocimiento de las practicas
 - Tamaño de la empresa
 - No existen herramientas para pymes
 - Falta de recursos económicos

7. ¿Dispone su hotel de algún certificado medioambiental?
 - Si Nombre del certificado.....
 - No (pase a la pregunta 9)
 -

8. ¿Los empleados del hotel conocen los alcances de la misión y las políticas para la sostenibilidad?
 - sí
 - no

9. De las principales acciones de sostenibilidad que se realizan, indique cual de ella se realizan en su hotel:

Tipo de acción	SI	NO	No, pero se tiene pensado la implementación
Gestión eficiente del agua			
Dispositivos para el ahorro de agua en grifos y duchas			
Doble cisternas			
Gestión eficiente de la energía			
Temporizadores para la luz			
Bombillas de bajo consumo			
Maquinaria eficiente de tipo AA+			
Utiliza fuentes de energía alternativa			
Interruptores de presencia			
Gestión de los desechos			
Reciclaje del papel			
Reciclaje del aceite			
Recogida selectiva de basura			
Gestión de las aguas residuales			
Calculo de la huella de carbono (emisores de CO2)			
Realiza actividades para la compensación de la huella de carbono			

Política de abastecimiento y selección de proveedores.			
Exige algún requisito medioambiental a sus proveedores			
Realiza encuestas de satisfacción a los clientes			

10. ¿Está el hotel adaptado para personas de diversidad funcional?

- Si
- No
- No, pero en el futuro se realizarán obras en este sentido

11. ¿Se llevan a cabo iniciativas de acción social?

- Si, de forma sistemática
- Si, de forma ocasional
- No

12. ¿Tiene el hotel un sistema de gestión de Prevención de riesgos laborales de acuerdo con las normas OSHAS 18001?

- Si
- No
- No, pero se tiene pensado la implementación

13. Cree que el interés, en el futuro, de la RSC:

- disminuirá
- será igual que ahora
- aumentara

14. ¿Cree que la imagen de Gijón Sostenible influye en la implementación de las actuaciones de sostenibilidad y RSC en los alojamientos turísticos de este destino turístico?

- Si
- No

15. ¿Considera que los clientes de hoy en día son más exigentes con el nivel de compromiso social y medioambiental de los alojamientos turísticos?

- Si
- No