



Journal of Globalization, Competitiveness  
& Governability / Revista de  
Globalización, Competitividad y  
Gobernabilidad / Revista de  
Globalização, Competitividade e  
Governabilidade

E-ISSN: 1988-7116

Flores- Ruiz, David; Bino-Raya, Rosanna Elizabeth; de la O Barroso-González, María  
Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina)  
Journal of Globalization, Competitiveness & Governability / Revista de Globalización,  
Competitividad y Gobernabilidad / Revista de Globalização, Competitividade e  
Governabilidade, vol. 10, núm. 3, septiembre-diciembre, 2016, pp. 116-135  
Portal Universia S.A.  
Boadilla del Monte, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511854477002>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica  
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



## Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina)

ÁREA: 6  
TIPO: Caso

### AUTORES

**David Flores-Ruiz<sup>1</sup>**

Universidad de Huelva (España)  
David.flores@dege.uhu.es

**Rosanna Elizabeth Bino-Raya**

Instituto de Investigación en Turismo  
Universidad Blas Pascal (Argentina)  
rosannaebino@hotmail.com

**María de la O Barroso-González**

Universidad de Huelva (España)  
barroso@uhu.es

Autor de contacto:  
Departamento de Economía; Universidad de Huelva; Plaza de la Merced, 11; 21002 - Huelva; España

*Social responsibility in the hotel sector. Analysis of case in Cordoba (Argentina)*

*A responsabilidade social no sector da indústria hoteleira. Análise do caso de Córdoba (Argentina)*

*El presente artículo analiza el grado de aplicación del concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) en el sector hotelero como estrategia que contribuya a impulsar procesos de desarrollo turístico sostenible. Para ello, se describe, en primer lugar, según un análisis bibliográfico, el estado del arte sobre el grado de aplicación que está teniendo la responsabilidad social empresarial en la hotelería para, posteriormente, a partir de una encuesta estructurada, analizar el caso concreto de la ciudad de Córdoba (Argentina), con objetivo de demostrar la hipótesis de diferencias, por categorías y por dimensiones, en la aplicación de la RSE. Se llega a la conclusión de cómo a pesar de la conciencia ambiental y del conocimiento que existe del concepto, aún no se llega a aplicar de una forma integral el concepto, siendo necesario introducir determinadas medidas, entre las que destacan la información y formación en estos temas. También se ponen de manifiesto cómo existen diferencias significativas en la aplicación de la RSE por categorías y por dimensiones de la sostenibilidad.*

*This article analyzes the degree of implementation of the concept of corporate social responsibility (CSR) in the hospitality industry as a strategy to help promote sustainable tourism development processes. For this purpose, first, describes, according to a literature review, the state of the art about the level of application of the corporate social responsibility in this industry. Later, from a structured questionnaire, we analyze the case of the city of Cordoba (Argentina), in order to demonstrate the hypothesis of differences, by category and by size in the application of CSR. We conclude that, despite environmental awareness and knowledge that exists of this concept, yet not reached a comprehensive way to apply it. Therefore, it is necessary to introduce certain measures, like information and training on these issues. Also it shows how there are significant differences in the application of CSR by categories and dimensions of sustainability.*

*O presente artigo analisa o grau de aplicabilidade do conceito de responsabilidade social empresarial (RSE) no sector da indústria hoteleira como uma estratégia para ajudar a promover processos de desenvolvimento do turismo sustentável. Para isso, é descrito, em primeiro lugar, de acordo com uma análise bibliográfica, o estado sobre o grau de aplicação que está a ter a responsabilidade social empresarial no sector da indústria hoteleira, para mais tarde, a partir de um inquérito estruturado, analisar o caso concreto da cidade de Córdoba (Argentina), com o objetivo de demonstrar as hipóticas diferenças, por categorias e dimensões, na aplicação da RSE. Neste caso chega-se à conclusão de que, apesar da consciência ambiental e o conhecimento que existe sobre o conceito, o mesmo não chega a aplicar-se na sua plenitude, tornando-se necessária a introdução de certas medidas, entre as quais se evidenciam a informação e a formação sobre estas temáticas. Torna-se evidente a existência de diferenças significativas na aplicação de RSE por categorias e dimensões de sustentabilidade.*

DOI  
10.3232/GCG.2016.V10.N3.04

RECEBIDO  
01.10.2015

ACETADO  
26.07.2016

## 1. Introducción

Las graves crisis económicas internacionales de la década de los setenta hacen que se comience a poner en tela de juicio los planteamientos desarrollistas sobre los que se había asentado el crecimiento económico del último siglo<sup>2</sup>. De esta forma, frente al planteamiento ortodoxo de crecimiento económico ilimitado, comienza a aparecer una nueva forma de entender el desarrollo económico, en la que se incorpora no sólo la variable medioambiental sino también la social, cristalizando todo ello, a finales de los ochenta, en el concepto de desarrollo sostenible, concepto un tanto concepto complejo e integral que tiene en cuenta las dimensiones económicas, social y medioambiental que deben estar incluidas en todo proceso de desarrollo<sup>3</sup>.

En paralelo al surgimiento y evolución del concepto de desarrollo sostenible, también surge y se desarrolla el de responsabilidad social empresarial (RSE) o corporativa (RSC), mediante el cual se intenta contribuir a la sostenibilidad de los procesos de desarrollo. No en vano, Tepelus (2008), para el caso de la actividad turística, considera a la RSE como un marco conceptual guía para avanzar en el debate sobre la sostenibilidad del turismo. De tal forma, que *es el marco en el que se hace operativo el concepto de turismo sostenible* (Peña Miranda y Serra Cantallops, 2012: 1463).

En este sentido, el presente artículo, fruto de la tesis doctoral de Bino Raya (2014), a la que se le añaden nuevos análisis, parte de un análisis bibliográfico, pretende analizar en qué medida se viene aplicando el concepto de responsabilidad social empresarial en el sector hotelero como estrategia que contribuya a implementar procesos de desarrollo turístico sostenible. Posteriormente, se analiza el grado de aplicación de la responsabilidad social hotelera en la ciudad de Córdoba (Argentina), poniendo en relación la aplicabilidad del concepto respecto al marco teórico previamente elaborado, sobre el cual se construyen las hipótesis a contrastar para la hotelería de esta ciudad.

### PALABRAS CLAVE

**Turismo sostenible,  
Responsabilidad  
social empresarial,  
sector hotelero**

### KEY WORDS

sustainable  
tourism,  
corporate social  
responsibility, hotel  
sector

### PALAVRAS-CHAVE

**Turismo  
sustentável,  
Responsabilidade  
social empresarial,  
sector da indústria  
hoteleira**

## 2. Estado de la cuestión. La responsabilidad social en el sector hotelero

### 2.1. La responsabilidad social empresarial: conceptualización y tipos de estudios

En los años 30 del S. XX surgen las primeras referencias a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), pero no es hasta 1953 cuando se abre el debate sobre el tema con el trabajo de Bowen (1953). A partir de aquí son innumerables las publicaciones que se han elaborado al respecto. Estos estudios académicos, siguiendo a Reyes (2008), se puede dividir en: a) conceptualización del término; b) modelizaciones generales y específicas que tratan de aplicar el concepto en las empresas; c) búsqueda de relaciones entre la aplicación del concepto y los resultados empresariales; y d) análisis de casos de empresas o sectores concretos.

**CÓDIGOS JEL:  
M14, M15,  
L31, L83**

Por su parte, Rodríguez Martínez *et. al* (2015: 152), clasifican las investigaciones que se han hecho sobre RSE en: a) aquellas relacionadas con su influencia social (cambios en el entorno, disposición social al cambio y contexto geográfico), b) las relacionadas con su gestión (adopción e implantación); y c) las que hacen referencias a sus impactos (sociales, económicos y medioambientales). En este sentido, podría decirse que la presente investigación se centra en determinar del grado de aplicación de este concepto en el sector hotelero.

Respecto al propio concepto, el término “Responsabilidad Social Empresarial” conlleva a variadas interpretaciones. La lista de autores y organismos que interpretan conceptualmente la Responsabilidad Social Empresarial es interminable. Entre ellos, podemos citar los siguientes: Organización de las Naciones Unidas (ONU), Organización para la Corporación y Desarrollo Económico (OCDE), Organización Internacional del Trabajo, (OIT - 2006), World Bussiness Academy, Comisión Europea (2006), Organización Mundial del Turismo (2011), IQNet SR 10 (2011:16), Instituto de Empresas y Responsabilidad Social Ethos (2008), Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE - 2002), Carroll (1999), Castillo (1985), Blanco Prieto (2008), Túnez López y Valarezo González (2012), Valor Martínez y de la Cuesta González (2003), entre otros.

Sin embargo, observamos que las numerosas definiciones propuestas surgen de una misma base, gestada desde la creación del Libro Verde, elaborado por la Comisión Europea (2001). En el mismo se esbozan los pilares de la RSE y la define de la siguiente manera: ***es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores***...

En definitiva, la RSE es una gestión voluntaria por parte de las empresas y organizaciones, más que el cumplimiento de sus obligaciones jurídicas. Es una relación ética y transparente de la empresa con su público o Stakeholder, contribuyendo al desarrollo económico a través de prácticas comerciales respetuosas e impulsoras de una estabilidad social y ambiental.

No obstante, posteriormente, el Parlamento Europeo (2013), con el deseo de fomentar e incentivar la aplicabilidad del concepto, considera que es necesario situar el debate de la RSE en un contexto más amplio que, conservando una orientación fundamentalmente voluntaria, permita el diálogo sobre las medidas normativas, neutralizando, por tanto, el enfoque voluntario y obligatorio. Así, en el **Cuadro 1** se destacan las diferentes ideas y principios que, según las definiciones consultadas, caracterizan la RSE.

## 2.2. La responsabilidad social en el sector hotelero: su aplicabilidad

Aunque, como se ha comentado anteriormente, el concepto de RSE surge a mediados del pasado siglo, éste ha comenzado a ser aplicado recientemente a la industria turística (Font, Guix y Bonilla-Priego, 2016; Gessa-Perea y Jiménez-Jiménez, 2015; Peña Miranda y Serra Cantallops, 2012; Rodríguez, Alonso-Almeida y Celemín, 2013; Fernández y Cuadrado, 2011; Font et al. 2012; Vaca Acosta, 2012; Tepelus, 2008; entre otros); y, sobre todo, tal y como afirma Vargas (2010), a la gestión de destinos turísticos.

## Cuadro 1. Ideas-fuerza de la Responsabilidad Social Empresarial

- *Es una acción voluntaria por parte de las empresas, organizaciones e instituciones, si bien debería fomentarse mediante el uso del ordenamiento jurídico.*
- *Se concibe como una relación ética y transparente de la empresa con los Stakeholders.*
- *Es más que el cumplimiento de las obligaciones jurídicas.*
- *Postula la implementación de prácticas comerciales respetuosas.*
- *Propicia la estabilidad social, económica y ambiental, también llamado el “triple resultado / triple bottom line”<sup>(4)</sup>*
- *Concertar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.*
- *Propone la ventaja competitiva si se aplica como estrategia empresarial.*
- *La RSE es una inversión y no un gasto y se tiene que proyectar a largo plazo.*
- *Se considera la Responsabilidad Social Empresarial como una herramienta que permite a las empresas involucrarse con el territorio (población local, medio ambiente, cultura, recursos, trabajadores, etc.) donde desarrollan su actividad. En relación a estas ideas, el Libro Verde apoya esta postura y lo expresa en el ítem: “Comunidad local”.*
- *Fomenta la igualdad de género: Las prácticas responsables de contratación, en particular las no discriminatorias, podrían facilitar la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas.*

Fuente: Bino Raya (2014).

En este sentido, según Vaca Acosta (2012), los trabajos elaborados en las principales revistas científicas en el ámbito del turismo y del management sobre RSE en la industria hotelera son aún escasos; a pesar de las importantes interrelaciones que se establece entre la actividad turística y el territorio (Ayuso, 2006)<sup>5</sup>. Y, como consecuencia de ello, tal y como reconoce Vargas (2010), aún no existe consenso en cómo implementar la responsabilidad social en estos campos relacionados con la actividad turística.

Por otro lado, cabe destacar cómo, debido a esa estrecha relación que se establece entre turismo y territorio, una parte importante de la RSE se ha aplicado en la dimensión medioambiental (Fernández y Cuadrado, 2011; Font et al., 2016; entre otros). De tal forma, que existe un *gap* entre la teoría y la práctica, al llevarse a cabo iniciativas sueltas que suelen revertir en la consecución de objetivos puramente empresariales.

Así se manifiestan Font et al (2016), al concluir que existe un *gap* entre la divulgación de la política de RSE y las actuaciones realmente ejecutadas por las grandes cadenas hoteleras, las cuales se centran, fundamentalmente, en la dimensión medioambiental, fundamentalmente en aquellos aspectos que reducen costes y repercuten, por tanto, en el beneficio empresarial, tales como: ahorro de agua, energía, etc.<sup>6</sup>. Así como en aquellos aspectos legales. Y, mucho menos, en la componente ética, motivo por el cual, estos autores, consideran que la RSE se desarrollará a medida que se incremente el grado de exigencia de los consumidores y, como consecuencia de ello, la necesidad de elaborar informes de RSE<sup>7</sup>.

Así mismo, esa importante interrelación que se establece entre la actividad económica del turismo y el medioambiente, se pone de manifiesto en trabajos como los de Burgos et al. (2000) y García Rodríguez y Armas Cruz (2007), los cuales demuestran que mayores inversiones en responsabilidad social medioambiental por parte de las empresas hoteleras suele conllevar mayores niveles de rendimientos.

Sin embargo, como defienden Argandéa y Hoivik (2009), y como hemos apuntado anteriormente, la concepción ética, que es el nodo del paradigma de la RSE, debería ser la que permita la implantación de acciones integrales de RSE; no como simple imagen social que impacte en el rendimiento económico,

sino como implementación de un modelo de gestión integral que permita a la organización desarrollar su negocio de una manera responsable.

También el estudio de Casaldáliga y Horno (2012) sostiene que la implementación de la RSE en el sector hotelero español se encuentra en la fase inicial. Así, de las 111 principales empresas del ranking que elabora la revista Hosteltur, sólo dos cadenas hoteleras presentan una memoria independiente y completa de RSE, según los criterios del *Global Reporting Initiative* (GRI). Y, otras dos, RIU Hoteles y AC Hoteles, informan a través de las memorias del Grupo TUI y Marriot, respectivamente. De las 107 empresas restantes, 35 realizan algún tipo de acción relacionada con la responsabilidad social, dado que facilitan alguna información sobre prácticas en temas medioambientales, acción social, adhesión a códigos éticos o de conducta<sup>8</sup>, etc.

Sin embargo, a pesar de ello, se concluye que España es uno de los países donde más compromisos formales se están tomando por parte de las empresas hoteleras en RSE, si bien queda aún mucho por hacer.

Por su parte, respecto a las principales cadenas hoteleras a nivel mundial, Vargas (2011), a partir de un análisis de la implementación de la RSE en las 25 más grandes del mundo, también concluye que las RSE se encuentra en fase primaria, ya que tiene un carácter filantrópico y reactivo, y no estratégico, pues no se tiene en cuenta la interrelación entre la sociedad, el medioambiente y la empresa. En este sentido, podría afirmarse que no se aplica el concepto de una forma integral y proactiva que trate de buscar las sinergias entre todas las dimensiones del concepto.

En este sentido, Antón *et al.* (2013) analizan 3 importantes cadenas hoteleras españolas (NH, Meliá y Confortel), concluyendo que mientras que las dos primeras aplican una RSE basada, fundamentalmente, en temas ambientales (ahorro y reducción de emisiones<sup>9</sup>), la última lo hace sobre aspectos más sociales (accesibilidad y política de recursos humanos<sup>10</sup>); quedando pendiente reflejar estas políticas en modelos normalizados que contribuyan a una mayor difusión.

Gessa Perera *et al.* (2008) analizan la implementación de la RSE en la Red de Paradores<sup>11</sup>, reconociendo la labor de la Red de Paradores en la implementación de la RSE como ejemplo innovador y los beneficios que ésta ha traído aparejados. Esta política empresarial, con un marcado fin público, se ha traducido en una estrategia de la RSE cuyos principios básicos son la rentabilidad, recursos humanos, sostenibilidad y calidad.

Reforzando lo comentado anteriormente, García Lombardía *et al.* (2007) concluyen que la política de protección medioambiental en el sector hotelero está especialmente enfocada a la eficiencia energética, el ahorro de agua y la preservación del entorno natural..., dirigiéndose, por tanto, a buscar su rentabilidad económica.

Por su parte, Gary y Font (2013) analizan el comportamiento de Pymes de alojamientos turísticos de Cataluña, llegando a la conclusión de que para comprender el grado de aplicación de la RSE, sobre todo para este tipo de empresas, no sólo hay que recurrir a criterios de negocio, sino que también es importante considerar otros criterios y motivaciones como el estilo de vida de los propietarios y la legitimidad social de los mismos. Estas empresas están superando un primer estadio de introducción de medidas básicas de RSE, relacionadas con el ahorro de costes, para implementar medidas más avanzadas que requieren cambios organizativos.

No en vano, como concluyen Hernández-Perlines y Sánchez-Infante (2016), a nivel general, las Mipymes también desarrollan actividades de RSE, aplicándola, en muchos casos, a su estilo y de manera instintiva, dando lugar a la denominada "responsabilidad social silenciosa". Es más, este estudio demuestra que aquéllas que las aplican obtienen mejores resultados.

Abello y Sendra (2007) analizan la utilización de indicadores de RSE en empresas de servicios turísticos. El proyecto se focaliza en diez empresas pertenecientes al sector turístico de la Costa Dorada. Como conclusión los autores exponen que: a) la RSE todavía no es de aplicación en las empresas relacionadas con el sector turístico, pero sí que se aplican una serie de buenas prácticas; b) no importa el tamaño de la empresa para la adopción de medidas; c) no existe una metodología común para todas las empresas en materia de RSE; d) falta de información: existe desconocimiento por parte de la sociedad en materia de RSE; e) como indicadores más valorados son los económicos, teniéndose en cuenta el coste de la adopción de medidas, que deben ser acorde con la situación y necesidades de la empresa; y f). las actuaciones medioambientales son las más aplicadas.

Fernández Alles y Cuadrado Marqués (2011) destacan que los estudios sobre RSE, frente a lo que se suele pasar, se deben centrar, en mayor medida, en la aplicación integral del concepto en el sector hotelero, y no únicamente en determinados aspectos como las medidas medioambientales o la comunicación de las acciones emprendidas<sup>12</sup>. Sin embargo, la realidad, tal y como apuntan la mayor parte de los estudios anteriores, es diferente, centrándose en actuaciones concretas de RSE, conocidas como buenas prácticas.

Por su parte, Do Céu Almeida (2005) analiza el concepto de RSE en la planta hotelera, de 4 y 5 estrellas, de Portugal continental e islas, reconociendo que el concepto de RSE, al igual que ocurre en España y a nivel internacional, está dando en Portugal los primeros pasos, siendo aún un concepto nuevo y poco difundido. No obstante, existen ya algunas implementaciones aisladas, si bien la gran mayoría de las empresas parecen no haber asumido el concepto. De forma que el resultado de la investigación demuestra la necesidad latente de adoptar modelos de RSE por parte de las empresas hoteleras.

Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo (2011) presenta el caso práctico de la implementación de la RSE en la "*Asociación de Hoteles Roteiros de Charme*"<sup>13</sup> Brasil. Algunos logros obtenidos por estos establecimientos son: a) aprobación de un código deontológico; b) formación ambiental para empleados de los hoteles y familiares<sup>14</sup>; c) ejecución de proyectos y actividades que generen beneficios sociales o la mejora de la calidad para las comunidades locales<sup>15</sup>; e d) impulso de iniciativas de apoyo para proteger los sistemas de áreas protegidas y corredores biológicos. Sin embargo, cabe concluir, una vez más, cómo la mayor parte de las actuaciones se corresponden con la dimensión medioambiental de los conceptos de sostenibilidad y RSE.

Machuca Castro (2011) resalta la importancia de la RSE en la hotelería, analizando si su ejercicio constituye solamente un discurso publicitario o realmente la empresa busca retribuir a su personal y darles bienestar. Concluye que existen muchas prácticas de buena convivencia que se llevan a cabo en muchos hoteles, relacionadas con el cuidado del medio ambiente (manejo de residuos, ahorro del agua, uso materiales reciclables<sup>16</sup>, etc.). Además de diversas acciones de ayuda a entidades como organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro<sup>17</sup>, entre otras. También concluye que la importancia de ser socialmente responsable con el cliente, va mas allá de una posible buena imagen, está en relación directa con la razón de ser de la organización, el hacer que cada colaborador se sienta a gusto en el puesto y valorado como ser pensante.



Por su parte, Bonomo (2010) concluye que la RSE dejó de ser una opción, para pasar a ser una necesidad, ya que el cliente potencial es más exigente a la hora de elegir las empresas en las que depositar su confianza, buscando, asimismo, mayor calidad frente al precio. Se está despertando una preocupación en la sociedad por el medio ambiente, y las empresas que se preocupen por el mismo y por la calidad de vida ocuparán un lugar privilegiado a la hora de ser seleccionadas. Es decir, la RSE no sólo da una buena imagen puertas afuera, sino también puertas adentro, ya que además cuida al empleado y hace que se sienta identificado con los objetivos de la empresa.

Fábrega (2007) considera que en Argentina se evidencia un escaso reconocimiento conceptual de la RSE; concluyendo que son pocos los hoteles que desarrollan prácticas de RSE y son casi inexistentes los ítems legales que contemplan tales prácticas.

En definitiva, a partir de la revisión bibliográfica realizada sobre el grado de aplicación de la RSE en el sector hotelero a nivel internacional se puede concluir:

- Que la RSE está en sus primeros estadios de aplicación en el ámbito hotelero como consecuencia de una aplicación más tardía del mismo al ámbito del turismo.
- A su vez, como consecuencia de ello, la bibliografía sobre RSE en la industria hotelera aún es relativamente escasa, si bien, en los últimos años, cada vez se elaboran más estudios al respecto.
- Se reconoce la importancia de la RSE, al aportar diversos beneficios, tanto para la empresa como para la sociedad, si bien existe un *gap* entre esa importancia, la publicidad que le dan las empresas y la aplicación real del mismo por parte de éstas.
- Esta aplicación real se centra, fundamentalmente, en factores ambientales que van buscando la rentabilidad económica (ahorro de agua, de energía, manejo de los recursos, reciclado de residuos, entre otras), siendo aún escasos los ejemplos de aplicación integral del concepto, sobre todo en lo que a la dimensión social respecta.
- Se reconoce que la RSE se implementa mayormente en cadenas de hoteles u hoteles de gran tamaño, que buscan la rentabilidad; si bien su aplicación se efectúa también en las Pymes del sector.
- Fruto de esa reciente aplicación, así como del debate teórico sobre el desarrollo del concepto en la industria turística, aún no existe consenso sobre una metodología común, siendo necesario establecer un modelo de informe homogéneo para que los grupos de interés tengan una mejor información y puedan tomar sus decisiones.

Este análisis del estado de la cuestión sobre el grado de aplicación de la RSE en el sector hotelero nos permite establecer las hipótesis de partidas a contrastar para la planta hotelera de la ciudad de Córdoba (Argentina), así como las variables objeto de estudio, relacionadas con la aplicación de las diferentes dimensiones de la RSE. De forma que estas variables se han venido identificando a medida que han ido apareciendo en el análisis bibliográfico anterior.



### 3. La RSE en el sector hotelero de Córdoba (Argentina)

#### 3.1. Objetivos, hipótesis y metodología del análisis empírico

El objetivo central de la presente investigación empírica consistirá en conocer el grado de aplicación de la RSE en los hoteles de la ciudad de Córdoba (Argentina), tratando de encontrar diferencias significativas entre la dimensión o categoría hotelera y el grado de aplicación de este concepto, así como entre las diferentes dimensiones del mismo: medioambiental, social, económica y ético-institucional.

En este sentido, según el análisis bibliográfico realizado en el epígrafe anterior, como hipótesis a contrastar se establecen las dos siguientes: a) que la RSE no se aplica, por igual, en todas sus dimensiones, siendo la dimensión ambiental la que mayor importancia adquiere; y, por otro lado, b) que se establecen diferencias significativas por categoría en lo que respecta al grado de aplicación, siendo los hoteles de categoría superior los que aplican en mayor medida este concepto.

Para ello, se elaboró una encuesta estructurada, la cual se pasó en el año 2014, de forma personal, en la mayoría de los casos, a cada uno de estos establecimientos; si bien, en otros casos, fue necesario dejar el formulario para que fuese completado por alguna persona responsable del hotel. En menor proporción, una vez entregado personalmente, algunos hoteles solicitaron que se les enviara vía mail.

Las variables que integraron este cuestionario estructurado se definieron en base a los objetivos e hipótesis, anteriormente comentados, así como al análisis bibliográfico, previamente realizado. Estas variables, que han ido apareciendo en ese análisis, son las siguientes:

- a) Como variables de control y de agrupación se incluyeron las siguientes: cargo del encuestado, sexo, categoría, tamaño y antigüedad del hotel.
- b) Como variables utilizadas en el estudio, que explican el grado de aplicación de las diferentes dimensiones de la RSE y, por tanto, de la sostenibilidad, se incluyeron cinco para cada una de esas dimensiones:
  - Dimensión medioambiental: evaluación de los impactos medioambientales, preservación del medio ambiente, educación ambiental y promoción del reciclado y el ahorro,
  - Dimensión social: procedimientos formales y explícitos de donación, políticas contra la discriminación e igualdad de oportunidades, participación en proyectos de la comunidad, alianza con organizaciones sociales y formación a los trabajadores.
  - Dimensión económica: comunicación RSE, canales de comunicación con los clientes, información a los clientes sobre la seguridad de los productos y servicios, productos de calidad acogidos a certificaciones y promoción de práctica responsables a sus proveedores.
  - Dimensión ética-institucional: declaración formal de valores, procesos formales de transmisión de esos valores, participación en políticas públicas, participación de la población local y empleados en actividades y relaciones con el gobierno.

Los valores que podían tomar cada una de estas variables han sido los siguientes: a) “no aplica” (cuando no aplicaba la acción que mide la variable o la aplicaba de forma esporádica); b) “sí aplica” (cuando existe un procedimiento formal o generalmente aplicaba la acción que mide la variable); y c) “no sabe no contesta” (Ns/Nc).

Una vez aplicado el cuestionario, se realizó el procesamiento de los datos mediante el programa estadístico informático SPSS en su versión 15.0, el cual nos permitió cuantificar y tabular las variables de estudio, así como hacer contrastes de hipótesis entre los valores que tomaban cada una de las variables por categoría, con objeto de validar las hipótesis extraídas de la revisión bibliográfica sobre diferentes grados de aplicación de la RSE en relación a la categoría de los alojamientos hoteleros, así como a cada una de las dimensiones que integran el concepto.

En el **Cuadro 2** se detalla, tanto el tamaño de la población como la muestra de hoteles que contestaron al cuestionario, por categoría.

**Cuadro 2. Cantidad y porcentajes de hoteles que respondieron a la encuesta.**

<i>Categoría</i>	<i>Total hoteles</i>	<i>Total respuestas</i>	<i>% respuestas</i>
1 estrella	21	6	29%
2 estrellas	20	8	40%
3 estrellas	13	10	77%
4 estrellas	7	5	72%
5 estrellas	3	3	100%
<b>TOTALES</b>	<b>64</b>	<b>32</b>	<b>50%</b>

Fuente: elaboración propia.

A partir de aquí, con objeto de hacer las comparaciones por categoría hotelera, se agrupó a estas cinco categorías en las siguientes tres: inferior (1 y 2 estrellas), media (3 estrellas) y superior (4 y 5 estrellas), dando lugar a una mayor representatividad por categoría, recogida en el siguiente **Cuadro 3**.

**Cuadro 3. Agrupación y grado de respuestas de los hoteles por categorías.**

<i>Categoría</i>	<i>Total hoteles</i>	<i>Total respuestas</i>	<i>% respuestas</i>
Inferior	41	14	34%
Media	13	10	77%
Superior	10	8	80%
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>	<b>32</b>	<b>50%</b>

Fuente: elaboración propia.

No obstante, dado que, tanto el tamaño de la población como el de la muestra de cada uno de estos grupos, siguen siendo reducidos para comparar el grado de aplicación de la RSE por categoría, se recurrirá al análisis o contrastes no paramétricos, ya que estos no necesitan establecer supuestos exi-

gentes sobre las poblaciones de donde se extraen las muestras, tales como existencia de normalidad y homocedasticidad de las mismas (Berlanga Silvente y Rubio Hurtado, 2012). En concreto, dentro de las pruebas no paramétricas utilizaremos la de Kruskal-Wallis, diseñada para K-muestras independientes. En nuestro caso tenemos tres categorías de alojamientos hoteleros. A partir de este análisis, con un grado de significación de un 5% (0,05), se establecerá las diferencias significativas que se pueden llegar a identificar para estas categorías, en lo que a la aplicación de la RSE respecta.

La hipótesis nula ( $H_0$ ) hace referencia a que no existen diferencias significativas entre categorías en la aplicación de la RSE, frente a la hipótesis alternativa ( $H_1$ ) que hace referencia a la existencia de diferencias significativas en la aplicación, reflejada en las variables del estudio, anteriormente comentadas.

Posteriormente, para contrastar estos resultados, se realizará un análisis clúster mediante la técnica HJ-Biplot, para lo cual se utilizará el programa estadístico Multiplot. El objetivo de este análisis es el de crear grupos de hoteles con comportamientos semejantes en lo que respecta al grado de aplicación de la RSE (distribución de las variables objeto de estudio). De forma que, si, a posteriori, los grupos o clusters que se obtienen de este análisis coinciden con las categorías de alojamientos, establecidas a priori, volveremos a contrastar la hipótesis de diferencias significativas entre categorías hoteleras en la aplicación de la RSE.

El análisis Biplot, desarrollado por Gabriel (1972), consiste en el cálculo de ejes de representación a través de la descomposición factorial y el cálculo de valores y vectores propios en la matriz de datos, empleando la información de filas (individuos) y columnas (variables). Gabriel creó GH y JK biplot en los que se representan variables (en GH) e individuos (en JK) perfectamente. Galindo (1986) presentó HJ biplot que consigue representar variables e individuos en el mismo plano en calidad máxima conjunta. En esta investigación se utiliza la técnica HJ Biplot para representar los datos.

### 3.2. Presentación e interpretación de los principales resultados.

Aunque, tal y como se ha apuntado en el apartado metodológico, se pasó la encuesta a todos los hoteles de la ciudad de Córdoba, como se recoge en los cuadros 2 y 3, sólo respondieron el 50 % del total de estos. Los restantes hoteles no participaron, justificándose con los siguientes motivos: falta de tiempo, desconocimiento del tema, reticencia, falta de interés y/o falta de aplicabilidad por ser empresa familiar o muy pequeña.

Así, como observamos en el **Cuadro 2**, el mayor nivel de respuestas se encuentra en los hoteles de 3, 4, 5 estrellas, lo cual indica que los hoteles de mayor categoría, tal y como se ha recogido en el marco teórico, implementan, en mayor medida, estrategias de RSE o, al menos, una serie de buenas prácticas. Ello puede deberse, dadas las respuestas que nos dieron quiénes no contestaron, a una insuficiencia de recursos, tales como: falta de tiempo para responder, para formarse, escasez recursos financieros para inversiones, etc. En este sentido, autores como Perrini *et al.* (2006) y Caro *et al.* (2007), también concluyen que estos son algunos de los obstáculos que hacen que la RSE no termine por implementarse y desarrollarse en las pymes.

En efecto, para comprobar si hay diferencias significativas en la aplicación de la RSE entre hoteles de diferentes categorías, en el **Cuadro 4** se recoge la salida que genera en el SPSS el contraste de las hipótesis nulas de no existencia de diferencias en las variables dependientes. La prueba no paramétrica que se utiliza es la de Kruskal-Wallis.

**Cuadro 4. Estadísticos de contraste para la prueba de Kruskal-Wallis.**

	<i>Chi-cuadrado</i>	<i>gl</i>	<i>Sig. asintót.</i>
M_A_Educación	13,727	2	,001
M_A_Reciclado	5,898	2	,052
I_Decl_Val	7,696	2	,021
I_Conoc_Val	12,020	2	,002
I_Part_Polit	,355	2	,837
I_part_act	3,355	2	,187
I_relc_gober	2,647	2	,266
S_Donaciones	4,654	2	,098
S_polit_discrim	10,928	2	,004
S_proyec_comun	10,655	2	,005
S_alianza_org	7,510	2	,023
S_form_trab	8,679	2	,013
Conoce_conc_RSE	4,824	2	,090
Grado_implem	7,345	2	,025
Antigüedad_hotal	,741	2	,690
E_comunicación	8,365	2	,015
E_comun_clientes	7,795	2	,020
E_inform_clientes	12,264	2	,002
E_proc_calidad	10,650	2	,005
E_inform_proveed	13,727	2	,001
M_A_ahorro	2,430	2	,297
M_A_preserv.	11,049	2	,004
M_A_evaluación	9,473	2	,009
M_A (Medio ambiente)	11,567	2	,003
I (Institucional)	11,050	2	,004
S (Social)	8,237	2	,016
E (Económica)	16,668	2	,000

Fuente: elaboración propia a partir del SPSS.

A partir del cuadro anterior, puede decirse que las diferencias son significativas entre categorías y, por tanto, se rechaza la hipótesis nula de igualdad, al ser la significación menor que 0,05 (5%), para las siguientes variables dependientes: educación medio ambiental, declaración y conocimiento de valores, política contra la discriminación, proyectos sociales, alianza con organización sociales, formación a los trabajadores, grado de implementación, comunicación, comunicación a los clientes, información a los

clientes, productos de calidad, información a proveedores, preservación y evaluación de los impactos medio ambientales.

Analizando las proporciones que adquieren estas variables por categorías, se puede concluir que los alojamientos de categoría superior aplican todas estas dimensiones de la RSE en mayor proporción, tal y como se apuntaba en el marco teórico. Ello también se pone de manifiesto en la variable “grado de implementación”, en la cual también se establecen diferencias significativas a favor de los hoteles de categoría superior. En cambio, respecto al conocimiento de la RSE, no existen diferencias significativas entre grupos, lo cual se pone de manifiesto en la variable “conocimiento de la RSE”.

Por otro lado, se agrupan las diferentes variables en las cuatro dimensiones de la RSE: medio ambiental (M\_A), institucional (I), social (S) y económica (E), para ver cuál de ellas se aplica en mayor proporción. Esta agrupación hace que esas nuevas 4 variables, representativas de las 4 dimensiones, puedan tomar valores que van desde 0 (no realizan ninguna de las 5 actuaciones observadas en esa dimensión) hasta 5 (aplican las 5 actuaciones observadas en esa dimensión).

Se concluye que en el grado de aplicación de todas estas dimensiones hay diferencias significativas a favor de los hoteles de categoría superior. De hecho, los grados de significación de estas dimensiones son 0,003; 0,004; 0,016; 0,000, respectivamente, es decir, inferiores a 0,05. Se demuestra, por tanto, que existen diferencias significativas en la aplicación de la RSE a favor de los hoteles de categoría superior. Por otra parte, tal y como se desprende del **cuadro 5**, se comprueba cómo la dimensión medio ambiental, con una puntuación media de 1,7, es la que más se viene aplicando, siendo la social, con una puntuación de 1, la de menor grado de implementación, lo cual se corresponde con las conclusiones a las que se ha llegado en el marco teórico.

**Cuadro 5. Grado de aplicación de las dimensiones de la RSE.**

	<i>N</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>	<i>Media</i>	<i>Desv. típ.</i>
M_A	32	,00	5,00	1,7188	1,54991
I	32	,00	5,00	1,5000	1,45912
S	32	,00	5,00	1,0000	1,58623
E	32	,00	5,00	1,2813	1,59099
N válido (según lista)	32				

Fuente: elaboración propia a partir del SPSS.

Si aplicamos la prueba no paramétrica de la mediana para ver posibles diferencias en el grado de aplicación de estas dimensiones por categoría, al igual que anteriormente, nos sale, tal y como se recoge en el cuadro 6, que existen diferencias significativas en las dimensiones medio ambiental (0,017), institucional (0,011) y económica (0,00), a favor de los hoteles de categoría superior. Si bien esta diferencia no es tan significativa, según esta prueba, para la dimensión social (0,089>0,05).

**Cuadro 6. Estadístico de contraste para la prueba no paramétrica de la mediana.**

	<i>I</i>	<i>S</i>	<i>E</i>	<i>M_A</i>
N	32	32	32	32
Mediana	1,0000	,0000	1,0000	2,0000
Chi-cuadrado	8,961(a)	4,833(b)	18,086(c)	8,191(d)
gl	2	2	2	2
Sig. asintót.	,011	,089	,000	,017

Fuente: elaboración propia a partir del SPSS.

a 2 casillas (33,3%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 4,2.

b 3 casillas (50,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 3,7.

c 3 casillas (50,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 3,1.

d 3 casillas (50,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 1,4.

e Variable de agrupación: G

Respecto al conocimiento de la RSE, destacamos que la mayoría de los hoteles conocen la existencia del concepto (71,9%). Esto nos permite deducir que el tema de la RSE está cobrando trascendencia en el sector, lo cual se deducía también en el análisis bibliográfico. Sin embargo, respecto a la aplicación, el 56,3% lo aplica de una forma parcial y sólo un 9,4% contestan que lo implementa totalmente. Ello se corresponde con lo expuesto en el análisis bibliográfico, en el sentido de que la mayor parte de las empresas hoteleras no aplican la RSE de una forma integral, encontrándonos en los comienzos de su aplicación.

De hecho, un 40,6% responde que aplican algunas prácticas de RSE, pudiéndose agrupar éstas en: a) acciones a favor del cuidado del medio ambiente (ahorro de energía, agua, reciclado de aceite combustible biodiesel, cartones y plásticos; b) reforestación de especies autóctonas; c) zonas libres de humo; c) cambio de tecnología para reducir consumos; d) donaciones y apoyo a distintos organismos y fundaciones; e) cartelera para una concientización del uso responsable de los recursos; f) controles periódicos y reportes especiales; y g) capacitación de los recursos humanos. Por consiguiente, como apuntábamos anteriormente, se puede afirmar que la mayor parte de las prácticas están referidas a la dimensión medio ambiental, buscando, al mismo tiempo, la rentabilidad de tales acciones.

Sin embargo, a pesar de que una gran proporción de hoteles no aplican sistemas de gestión integrales de RSE, una parte importante de estos (66,7%) consideran que ello contribuye a mejorar la sostenibilidad y competitividad de sus empresas. Por lo que el grado de concientización de los beneficios que estas estrategias pueden reportar a las empresas en que las implementan, una vez más, es elevado.

En cuanto a actuaciones en pos de impulsar determinadas políticas públicas, puede observarse cómo una parte importante de los hoteles (55,6%) no realizan este tipo de actuaciones. De tal forma que, todo ello, pone de manifiesto que es importante seguir profundizando en la dimensión socio-institucional de la RSE, ya que, como muestran los resultados, éstas dimensiones del concepto no están aún lo suficientemente desarrolladas.

En definitiva, se hace necesario implementar un programa de concientización, información y formación sobre RSE en los hoteles de todas las categorías con el objeto de que tomen conciencia de la aplicación

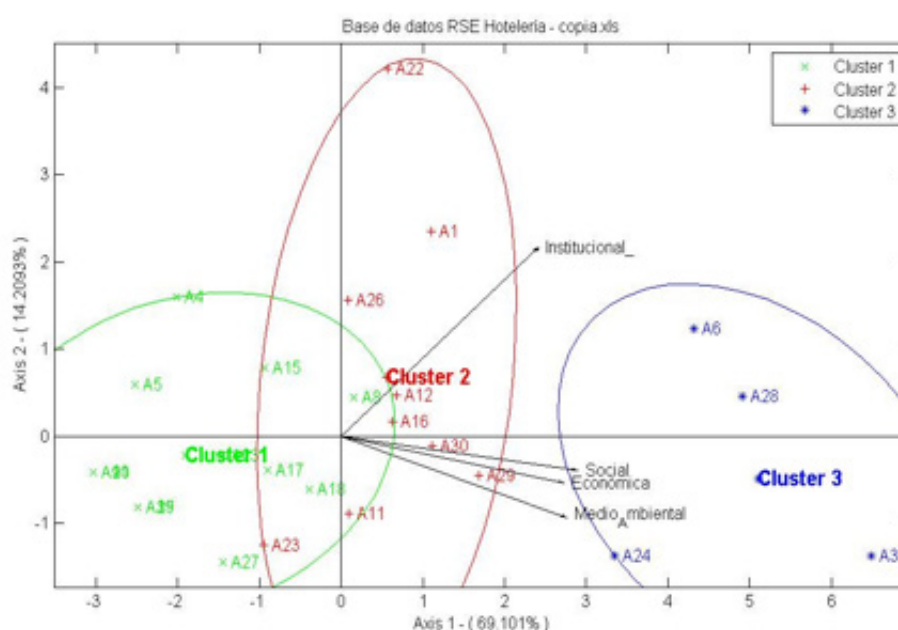
de este concepto en todas sus dimensiones, así como de los beneficios que pueden generar en el desarrollo de las propias empresas y de la ciudad de Córdoba, donde se localizan. No obstante, estos programas tendrán que prestar especial atención a los hoteles de menor categoría, así como a la dimensión más social de la RSE, ya que son las variables donde el grado de aplicación disminuye sustancialmente. Por otra parte, para contrastar estos resultados de diferencias significativas de aplicación de la RSE hotelera por categoría, se realizará un análisis clúster con objeto de agrupar a los hoteles según ese grado de aplicación. De tal forma que si se obtienen grupos de hoteles semejantes a las categorías en los que éstos se ubican las conclusiones anteriores quedarán ratificadas.

Para ello, se utilizará el programa estadístico Multiplot, el cual agrupará a los hoteles según su posición respecto al grado de implementación de las 4 variables dependientes, que pueden tomar valores de 0 a 5, las cuales hacen referencia, tal y como comentábamos anteriormente, a las 4 dimensiones de la sostenibilidad.

De hecho, tal y como recogen Cárdenas, Galindo y Vicente-Villardón (2007), la aproximación Biplot de una matriz, sin hacer supuestos sobre distribuciones probabilísticas subyacentes, proporciona gráficamente una ventana sobre la estructura geométrica de los datos, mostrando la variabilidad del conjunto de individuos y variables. El prefijo bi se refiere a la representación simultánea de filas y columnas de la matriz.

En este sentido, de la salida generada por dicho programa, aplicando el análisis HJ-Biplot para el conjunto de hoteles y los valores que toman cada uno de ellos en esas cuatro dimensiones, pueden establecerse 3 clústers, recogidos en el **Gráfico 1**.

**Gráfico 1. Representación gráfica de la salida generada por el análisis HJ-Biplot.**



Fuente: elaboración propia a partir del programa estadístico Multiplot.



Así, respecto al gráfico anterior se concluye: a) que las cuatro dimensiones de la RSE están relacionadas, sobre todo las dimensiones medio ambiental, social y económica, ya que los ejes que las representan forman un ángulo menor de 90 grados. De forma que los hoteles que aplican una de ellas, en mayores proporciones, tienen más probabilidades de aplicar las restantes, también en mayores proporciones; b) por otro lado, se puede observar cómo se establecen 3 clusters que equivalen a las categorías de los alojamientos hoteleros. De forma que las observaciones más a la derecha, y hacia el cuadrante inferior, se corresponden con los hoteles de categoría superior (A32, A28, A34, etc.), mientras que las observaciones más a la izquierda se corresponden con los de categoría inferior (A2, A4, A5, A11, etc.). De forma que mientras que eje de las "x" explica en un 69,101% la pertinencia a una categoría u otra, el eje de las "y" lo hace en un 14,300%.

En definitiva, con este análisis volvemos a demostrar, una vez más, que existen diferencias significativas en lo que respecta a la aplicación de la RSE por categoría en los hoteles de la ciudad de Córdoba, lo cual deberá ser considerado a la hora de diseñar un programa de concientización y formación en materia de RSE.

#### 4. Conclusiones

La revisión bibliográfica pone de manifiesto que cada vez es más creciente la importancia de la RSE en la gestión de la actividad turística, en general, y en el sector hotelero, en particular, como instrumento que contribuye a impulsar procesos de sostenibilidad y competitividad de los destinos turísticos.

En el presente trabajo hemos considerado relevante determinar el grado de conocimiento y aplicación de la RSE en el sector hotelero, centrándonos en el análisis de la planta hotelera de la ciudad de Córdoba, con objeto de contrastar el nivel de aplicación en función a las diferentes dimensiones de la sostenibilidad y por categoría hotelera.

En relación al estado del arte de la RSE en el sector hotelero, se ha detectado que existe conocimiento, estrategias, instrumentos y acciones concretadas en cuanto a su aplicación; si bien, falta mucho camino por recorrer, en lo que respecta a su implementación integral, sobre todo en los aspectos socio-institucionales. En este sentido, podemos decir que la RSE es aplicada, fundamentalmente, por las grandes cadenas hoteleras, siendo el aspecto ambiental, y la búsqueda de una mayor rentabilidad, a través del mismo, la dimensión más desarrollada.

No obstante, la aplicación de la RSE no es exclusiva de los hoteles de categoría superior, si bien éstos dedican un mayor esfuerzo de comunicación de la misma. Al mismo tiempo que los pequeños y medianos establecimientos encuentran en la falta de recursos una de sus mayores barreras para avanzar en la aplicación integral de concepto y, a su vez, comunicarlo y darle publicidad al mismo.

Respecto a las principales conclusiones sobre el grado de aplicación de la RSE en la planta hotelera de la ciudad de Córdoba, cabe destacar:

- En línea con la literatura consultada, también en la ciudad de Córdoba nos encontramos ante los comienzos en la aplicación de la RSE.
- En este sentido, su aplicación no es aún integral, implementándose determinadas actuaciones y buenas prácticas. En relación a las cuatro dimensiones analizadas (institucional, económica, sociocultural, ambiental), la dimensión más considerada es la ambiental, en línea con la reducción de costes y búsqueda de una mayor rentabilidad de las actuaciones.
- No obstante, se demuestra que existe correlación entre estas cuatro dimensiones, de forma que los hoteles que apliquen una de ellas tienen más probabilidad que también implementen prácticas relacionadas con las restantes.
- En relación al conocimiento de la RSE se detectó un importante porcentaje de respuesta de los establecimientos hoteleros de todas las categorías. Sin embargo, en cuanto a la implementación, los porcentajes de respuestas fueron más bajos en las categorías inferiores, como se concluye en la literatura consultada.
- Entre las razones por las que no se aplica la RSE destacan: la falta de tiempo y de recursos (económicos y humanos), motivos por los cuales, una parte importante de los hoteles de categoría menor aún no la implementan.
- En este sentido, se destaca que la planta hotelera de Córdoba, en su mayoría, está constituida por pequeñas y medianas empresas, predominando los pequeños hoteles, muchos conducidos por grupos familiares. De tal forma que, los porcentajes de respuestas fueron más bajos en los hoteles de categoría inferior.

Se concluye que el grado de aplicación de la RSE en la planta hotelera de la ciudad de Córdoba se corresponde, en buena medida, con los comentados en la literatura consultada.

En este sentido, se hace necesario seguir fomentando la aplicación integral de la RSE en el sector hotelero, independientemente de su dimensión, al configurarse como una de las herramientas más importantes a la hora de dinamizar procesos de desarrollo turístico sostenible en aquellos territorios donde se implementen. No obstante, esa política de formación y concientización sobre las RSE deberá diferenciar a la planta hotelera por categoría, dadas las diferencias detectadas en la presente investigación.

Por otro lado, se detecta la necesidad de apoyar a las pymes con recursos financieros, humanos, etc., para que se impliquen en la implementación integral del concepto, ya que muchas de ellas lo conocen, realizan determinadas buenas prácticas, pero no las transmiten a la sociedad.

.....

## Referencias

- Abello, A.; Sendra Vellvé, J. (2007), *RSC y empresa turística. Evaluación de parámetros de Responsabilidad Social Corporativa: Desarrollo de aplicación piloto en la Costa Dorada*. Comisión de Medio Ambiente de Cambra, Tarragona.
- Antón, J. M. R., Almeida, M. D. M. A., y Pedroche, M. S. C. (2013). *Responsabilidad social corporativa en las cadenas hoteleras españolas: un estudio de casos*. *Revista de responsabilidad social de la empresa*, (13), 15-50.
- Argandoña, A. y Hoivik, H. (2009), "Corporate social responsibility: One size does not fit all. Collecting evidence from Europe", *Journal of Business Ethics*, 89(3), pp. 221-234.
- Ayuso, S. (2006), "Adoption of voluntary environmental tools of sustainable tourism: analysing the experience of Spanish hotels", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13, p.p. 207-220.
- Berlanga Silvente, V. y Rubio Hurtado, M<sup>a</sup>. J. (2012): "Clasificación de pruebas no paramétricas. Cómo aplicarlas en SPSS", *Revista REIRE*, Vol. 5, n° 2, p.p. 101-113.
- Bino Raya, R. E. (2014): *La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero como instrumento que contribuye al desarrollo turístico sostenible, en la ciudad de Córdoba*. Argentina. Universidad Internacional de Andalucía, Sede Iberoamericana, La Rábida, Huelva, España.
- Blanco Prieto, A. (2008), *Atención al Cliente, Pirámide*, Madrid.
- Bowen, H. (1953), *Social Responsibilities of the Businessman*, New Cork, Harper & Row.
- Bonomo, M. (2010), *RSE aplicada a hoteles tres estrellas de la ciudad de La Plata*. Escritos en la Facultad n° 64, Trabajos Finales de Grado aprobados, julio-octubre 2010, Año VI, Vol. 64, diciembre 2010, Buenos Aires Argentina.
- Burgos, J. Cano, C.J. y Céspedes, J.J. (2010): "La planificación y el control del rendimiento ambiental en los establecimientos turístico-hoteleros", I Congreso Internacional sobre Turismo y Mediterráneo, Almería.
- Cárdenas, O., Galindo, P. y Vicente-Villardón, J.L. (2007), "Los métodos Biplot: evolución y aplicaciones", *Revista Venezolana de Análisis de la Coyuntura*, Vol. XIII, N° 1, pp. 279-303.
- Caro, F.J., Castellano, M. y Martín, I. (2007), "Propuesta de una escala de medición de la responsabilidad social corporativa", XVII Jornadas Hispano-Lusas de Investigación Científica, Universidad de La Rioja, 8 y 9 de febrero de 2007.
- Carroll, A.B. (1999), "Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct", *Business and Society*, Vol. 38, n° 3, p.p. 268-295.
- Casaldàliga, N. y Horno, S. (2012), *¿Es el sector hotelero socialmente responsable?*, Cátedra Lebrija-Santander, pos-publicado junio 2012, en <http://www.hosteltur.com/192100-es-sector-hoteler-socialmente-responsable.html> (consultado 1/2/2015).
- Castillo Clavero, A. (1985), *La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control*. Tesis Doctoral. Universidad de Málaga. Facultad Ciencias Económicas y Empresariales.
- Comisión Europea (2001), *Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, Comisión Europea, Bruselas.
- Do Céu Almeida, M. (2005), "La empresa socialmente responsable: estudio empírico en el sector hotelero", *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*, Vol. III, n° 5, enero-junio.
- Elkington, J. (1994), "Towards the Sustainable Corporation: win-win-win Business Strategies for Sustainable Development", *California Management Review*, vol. 36, n° 2, p.p. 90-100.
- Fábrega, F. (2007), *¿Respalda el marco legal argentino a los hoteles que respetan las normas de Responsabilidad Social Empresarial?*, Tesis EMBA, Universidad Torcuato Di Tella, Buenos Aires, Argentina.

Fernández Alles, M.T. y Cuadrado Marqués, R. (2011), "La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. Revisión de la literatura científica", *Cuadernos de Turismo*, nº 28, p.p. 47-57.

Font, X., Guix, M. y Bonilla-Priego, M.J. (2016), "Corporate social responsibility in cuising: Using materiality análisis to create sbares value", *Tourism Management*, 53, pp. 175-186.

Font, X. et al. (2012), "Corporate social responsibility: The disclosure-performance gap", *Tourism Management*, 33, pp. 1544-1553.

Gabriel, K. R. (1972), "Analysis of meteorological data by means of canonical descompositon and Biplots", *Journal of Applied Meteorology*, 11, pp. 1071-1077.

Galindo, P. (1986), "Una alternativa de representación simultánea HJ-Biplot", *Questiio*, 10 (1), pp. 13-23.

García Lombardía, P.; De la Torre Gracia, C. y Fuertes Zurita, A. (2007), *El desafío empresarial de la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa: un enfoque sectorial. Avanzando hacia una empresa socialmente responsable*, Vol. 1, IESE, Universidad de Navarra, CR-Works Responsabilidad Corporativa, España.

García Rodríguez, F.J. y Armas Cruz, 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, p.p. 47-66.

Garay, L. y Font, X. (2013), "Motivaciones, prácticas y resultados del comportamiento responsable en las pequeñas y medianas empresas turísticas", *Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 13 (Vol. 5, nº 1), p.p. 51-84.

Gessa Perera, A.; Ruiz Jiménez, A. y Jiménez Jiménez, M. (2008), "La Responsabilidad Social Corporativa como modelo de gestión hotelera. Implicación y desarrollo en la Red de paradores", en Pindado García, J. y Payne, G. (coord.): *Estableciendo puentes en una economía global*, Asociación Europea de Dirección y Economía de la empresa, en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2732443> (consultado 15/6/2015).

Gessa Perea, A. y Jiménez-Jiménez, M. A. (2015), "Accountable Management in Spanish Hotels: an Exploratory Analysis of the Stakeholders' Relatinships", *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol. 6, Issue 1, pp. 123-146.

Hernández-Perlines, F. y Sánchez-Infantes, J.P. (2016), "Análisis del efecto de la responsabilidad social empresarial en los resultados empresariales de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes)", *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, Vol. 10, nº 1, pp. 110-123.

Jiménez, M.A. y Gessa, A. (2010), "La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. Revisión y análisis de la producción científica (2000-2010)", *XXI Jornadas Hispano-Lusas de Investigación Científica*, Córdoba, España.

Lindgreen, A. y Swaen, V. (2010): "Corporate Social Responsibility", *International Journal of Management Reviews*, 12 (1), pp. 1-7.

Machuca Castro, G. V. (2011), "Responsabilidad social empresarial en hotelería", *Escritos en la Facultad*, nº 71, *Proyectos de Graduación*, Edición XV, Año VII, Vol. 71, Buenos Aires, Argentina.

Organización Mundial del Turismo (2002), *Contribuciones de la Organización Mundial del Turismo a la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible*, OMT, Madrid.

Organización Mundial del Turismo (2004), *Indicators of sustainable development for tourism destinations*, OMT, Madrid.

Organización Mundial del Turismo (2011), *Políticas y prácticas para el turismo mundial*, OMT, Madrid.

Parlamento Europeo (2013): *Informe sobre responsabilidad social de las empresas: comportamiento responsable y transparente de las empresas y crecimiento sostenible*, Documento de sesión A7-0017/2013, en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2013-0017+0+DOC+PDF+V0//ES> (18/3/2016).

Peña Miranda, D.D. y Serra Cantallops, A. (2012), "Responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso en empresa de alojamiento en la ciudad de Santa Marta, Colombia", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 21, p.p. 1456-1480.

Perrini, F. Pogutz, S. y Tencati, A. (2006), "Corporate Social Responsibility in Italy: State of the Art", *Journal of Business Strategies*, 23 (1), pp. 65-91.

Rodríguez-Antón, J.M., Alonso-Almeida, M.M. y Celemin Pedroche, M.S. (2013), "Responsabilidad Social Corporativa de las cadenas hoteleras españolas. Un estudio de casos", *Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 13, Vol. 5, p.p. 15-50.

Rodríguez Martínez, A. Moyano Fuentes, J. y Jiménez Delgado, J.J. (2015), "Estado actual de la investigación en responsabilidad social corporativa a nivel organizativo: consenso y desafíos futuros", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 85, p.p. 143-179.

Reyes, L.E. (2008), "La investigación en responsabilidad social en los últimos diez años: un análisis de la publicaciones en business and management", *Estableciendo puentes en una economía global*, Vol. 1, Editorial ESIC.

Tepelus, C.M. (2008), *Destination Unknown: The Emergente of Corporate Social Responsibility for de Sustainable Development of Tourism*, Lund University, Suecia.

Túnez López, M. y Valarezo González, K. (2012), RSC: "Reputación, sostenibilidad, compromiso", *Revista Latinoamericana de Comunicación*, nº 117, p.p. 61-66.

Vaca Acosta, R.M. (2012), *Responsabilidad social corporativa en las cadena hoteleras españolas: factores determinantes de su nivel de desarrollo y consecuencias*, Universidad de Huelva, España.

Valor Martínez, C. y De la Cuesta González, M. (2003), "Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España", *Boletín Económico del ICE*, nº 2755, p.p. 7-20.

Vargas, A. (2011), *La RSE en las grandes cadenas hoteleras, aún en fase primaria*, *Hosteltur*, 11 de agosto de 2011, en [http://www.hosteltur.com/128050\\_rse-grandes-cadenas-hoteleras-aun-fase-primaria.html](http://www.hosteltur.com/128050_rse-grandes-cadenas-hoteleras-aun-fase-primaria.html) (consultado febrero 2013).

Vargas, A. (2010), "Book Reviews. Destination Unknown: The Emergente of Corporate Social Responsibility for de Sustainable Development of Tourism, Lund University, Suecia", *Tourism Management*, nº 31, p.p. 691-692.

## Notas

<sup>2</sup>Este modelo desarrollista se basa en la producción y el consumo de masas, considerándose que los recursos utilizados son ilimitados, por lo que en dicho modelo no se tiene en cuenta la variable medioambiental, de tal forma que éste se caracteriza por una total ausencia de relación entre los sistemas económico y medioambiental.

<sup>3</sup>Entre los principales acontecimientos que contribuyeron a este cambio de paradigma en la forma de entender el desarrollo económico destacan: el Informe del Club de Roma (1972), La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente Humano en Estocolmo (1972), la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Población (1974), el informe *Nuestro Futuro Común* (1987) elaborado por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo para la Asamblea General de las Naciones Unidas, la Conferencia de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el Desarrollo celebrada en Río de Janeiro y más conocida como la Cumbre de la Tierra (1992), la II Cumbre de la Tierra celebrada en Nueva York (1997), las diferentes cumbres sobre el cambio climático, la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible de Johannesburgo (2002) y los Programas Marcos de la Unión Europea respecto al Medio Ambiente.

<sup>4</sup>*Triple Resultado o triple bottom line, expresión inglesa utilizada por primera vez por John Elkington en 1994 en sus artículos. Es un término utilizado en los negocios sustentables y se refiere al resultado neto expresado en el último renglón del estado de resultados contables de una empresa, relacionado a las tres dimensiones: social, económica y ambiental (Elkington, 1994).*

<sup>5</sup>*Según un estudio elaborado por Jiménez y Gessa (2010), sólo el 2,6% de las investigaciones publicadas en las principales revistas de turismo y de gestión españolas y de las incluidas en la base de datos Web of Science se dedicaban al análisis de la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero.*

<sup>6</sup>*Estas actuaciones se incluyen en el cuestionario del análisis empírico en la variable “ahorro” que se integra en la dimensión medioambiental.*

<sup>7</sup>*En este sentido, uno de los principales retos de la investigación en RSE es la necesidad de avanzar en la medición de ésta y la elaboración de informes que midan el grado de desempeño de las empresas en esta materia, con objeto de que exista transparencia y, de esta forma, los consumidores puedan comparar (Lindgreen y Swan, 2010).*

<sup>8</sup>*Todos los temas relacionados con la conducta ética de la empresa se recoge en el cuestionario estructurado en las variables: “declaración formal de valores” y “procesos formales de transmisión de valores”, integradas en la dimensión ético-institucional de la RSE.*

<sup>9</sup>*Las reducciones de emisiones, al igual que otras actuaciones dirigidas a preservar el medioambiente se recoge en la variable: “preservación del medioambiente” de la dimensión medioambiental del cuestionario.*

<sup>10</sup>*Las actuaciones en materia de accesibilidad, así como otras parecidas, van incluidas en la variable “políticas contra la discriminación e igualdad de oportunidades”, y las relacionadas con los recursos humanos dentro de la variable “formación a los trabajadores”, ambas integradas en la dimensión social de la RSE.*

<sup>11</sup>*La Red de Paradores está conformada por “Paradores de Turismo SA”. Es una empresa pública, cuyos orígenes son del 1928. En la actualidad gestiona un total de 93 establecimientos hoteleros, con una oferta de más de 10.000 plazas.*

<sup>12</sup>*La comunicación de las acciones emprendidas, así como cualquier otra actividad relacionada con los proveedores y el marketing, dirigido a los turistas, se encuentran recogidos en el cuestionario dentro de la dimensión económica de la RSE, concretamente en variables como: “comunicación de la RSE”, “canales de comunicación con los clientes”, “información a los clientes sobre la seguridad de los productos y servicios”, etc.*

<sup>13</sup>*La Asociación de Hoteles Roteiros de Charme fue fundada en Brasil en 1992 como organización sin fines de lucro. En la actualidad engloba a 50 hoteles, posadas y refugios ecológicos. Disponible en: [www.roteirosdecharme.com.br](http://www.roteirosdecharme.com.br). Consultada en mayo 2013.*

<sup>14</sup>*Estas actuaciones, así como otras relacionadas con las mismas, se encuentran recogidas en la variable del cuestionario “educación ambiental”, de la dimensión medioambiental de la RSE.*

<sup>15</sup>*Estas actuaciones se intentan recoger en las variables “participación en proyectos de la comunidad” y “procedimientos formales y explícitos de donación”, integradas en la dimensión social de la RSE.*

<sup>16</sup>*Este tipo de actuaciones se recoge en la variable “promoción del reciclado”.*

<sup>17</sup>*Esta actuación se recoge en la variable “alianza con organizaciones sociales”.*