



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA  
Facultad de Economía, Empresa y Turismo



## **MÁSTER EN DESARROLLO INTEGRAL DE DESTINOS TURÍSTICOS**

### **Análisis de la presencia de factores de sostenibilidad en la imagen corporativa enfocada al mercado internacional de las cadenas hoteleras presentes en el sur de Gran Canaria en 2016.**

Presentado por: Selene Rivero Santiago

Fdo:

Tutora: Lydia Esther Bolaños Medina

Fdo:

Las Palmas de Gran Canaria, a 7 de diciembre de 2016



## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi tutora Lydia Bolaños por haberme dado la oportunidad de desarrollar en este proyecto algunas de las habilidades y aptitudes adquiridas durante la realización del máster y por su gran ayuda y colaboración.

A mis padres por haberme apoyado incondicionalmente durante toda mi trayectoria académica y haberme animado a cursar este máster.

A Víctor por el apoyo y la ayuda que me ha brindado en todo momento y que ha sido sumamente importante para mí.



# Índice

<b>Agradecimientos</b> .....	<b>1</b>
<b>Índice</b> .....	<b>3</b>
<b>Figuras</b> .....	<b>4</b>
<b>Tablas</b> .....	<b>4</b>
<b>Gráficos</b> .....	<b>4</b>
<b>Apéndice</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Introducción</b> .....	<b>8</b>
1.1. Esquema organizativo .....	8
1.2. Objetivos generales del presente trabajo .....	9
1.3. Metodología .....	10
<b>2. Marco teórico</b> .....	<b>13</b>
2.1. Sostenibilidad turística .....	13
2.2. Turismo sostenible .....	16
2.3. Imagen corporativa .....	18
2.4. Responsabilidad Social Corporativa .....	21
2.4.1. Ser socialmente responsable .....	22
2.4.2. Los valores y principios de la empresa responsable y sostenible .....	22
2.4.2.1 Bien común y bien propio .....	22
2.4.2.2. Colaboración y competitividad .....	23
2.4.2.3. Emocional y racional .....	23
2.4.2.4. Confianza y control .....	23
2.4.2.5 Aprendizaje y eficiencia .....	23
2.4.2.6. Coherencia e imagen .....	24
2.4.2.7. Diálogo y comunicación .....	24
2.4.2.8. Holarquía y jerarquía .....	24
2.4.2.9. Diversidad y uniformidad .....	25
2.5. La Responsabilidad Social Corporativa y la Imagen corporativa .....	25
<b>3. Corpus de estudio</b> .....	<b>29</b>
3.1. Delimitación del ámbito de estudio .....	29
3.2. Criterios de selección del corpus .....	30
3.3. Metodología de búsqueda del corpus y recogida de datos .....	35
3.4. Hipótesis .....	36
<b>4. Presentación y análisis de datos</b> .....	<b>39</b>
4.1. Resumen de resultados .....	44
4.2. Corroboración de hipótesis .....	53
<b>5. Conclusiones generales</b> .....	<b>57</b>
<b>6. Bibliografía</b> .....	<b>63</b>
<b>7. Apéndice</b> .....	<b>71</b>

## **Figuras**

- Figura 1: representación mediante un diagrama de las tres dimensiones de la sostenibilidad (medioambiental, social y económica).
- Figura 2: mapa de los municipios de San Bartolomé de Tirajana y Mogán.

## **Tablas**

- Tabla 1: cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran la sostenibilidad.
- Tabla 2: ficha de recogida de datos.
- Tabla 3: cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran un aspecto de la sostenibilidad (medioambiental).
- Tabla 4: cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran dos aspectos de la sostenibilidad (medioambiental y social).
- Tabla 5: cadenas hoteleras presentes en el sur de Gran Canaria que valoran dos aspectos de la sostenibilidad (medioambiental y económico).
- Tabla 6: cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran tres aspectos de la sostenibilidad (medioambiental, social y económico).

## **Gráficos**

- Gráfico 1: valoración de la sostenibilidad por parte de las cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria.
- Gráfico 2: cadenas hoteleras según su valoración de las dimensiones de la sostenibilidad.

## **Apéndice**

- Anexo I: hoteles presentes en el sur de la isla de Gran Canaria por tipo de empresa.
- Anexo II: listado de cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria.
- Anexo III: cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que no valoran la sostenibilidad.

# **1. INTRODUCCIÓN**





La dicotomía entre desarrollo y sostenibilidad es falsa. Sin planeta, no hay economía que valga.

Al Gore

La sostenibilidad es una temática que ha adquirido gran relevancia en nuestra sociedad en los últimos años. Somos cada vez más conscientes de que el cambio climático es una problemática fundamental contra la que el planeta está intentado luchar, puesto que constituye una amenaza para el desarrollo presente y futuro. Por ello, para evitar que el planeta se siga dañando, las empresas públicas y privadas deben concienciarse de que todas las iniciativas empresariales deberían ir encaminadas a la consecución de un desarrollo sostenible desde el ámbito medioambiental, social y económico.

El turismo es una industria que, en los últimos años, ha crecido considerablemente y que en muchos países supone la principal fuente de ingresos. Sin embargo, el turismo contribuye al cambio climático y a la contaminación y esta es una de las razones por las que este se debe comprometer con la sostenibilidad. Según Prats Pazuelo (2007), existen distintas razones por las que la industria turística se debe implicar con la sostenibilidad como pueden ser la sensibilización de los turistas con el cambio climático, lo que hace que la industria deba adaptarse a esta nueva preocupación o el atractivo que adquiere un destino que sea sostenible entre los visitantes, lo que impulsa el deseo de llevar a cabo una gestión sostenible por parte de las empresas turísticas para minimizar los impactos negativos que generan sobre el medioambiente.

Son precisamente todos estos factores los que nos suscitaron un gran interés y los que nos hicieron realizar el presente trabajo con el objetivo esencial de analizar la presencia de factores de sostenibilidad en la imagen corporativa enfocada al mercado internacional de las cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria en 2016.

### **1.1. Esquema organizativo**

Para llevar a cabo el objetivo esencial que nos hemos fijado, en primer lugar, se ha elaborado un marco teórico en el que vamos a estudiar conceptos como la sostenibilidad turística y sus tres dimensiones (medioambiental, social y económica) y la imagen corporativa y la responsabilidad corporativa, por ser conceptos que están estrechamente relacionados y que nos servirán, en el posterior análisis, para conocer cómo reflejan las cadenas hoteleras la sostenibilidad en sus páginas web.

A continuación, se procederá a la selección de un corpus constituido por las cadenas hoteleras que en sus sitios web valoran alguna de las tres dimensiones de la sostenibilidad mencionadas anteriormente. El corpus constará de cadenas hoteleras que reúnan unas características específicas que son las siguientes: se trata de cadenas hoteleras que están presentes en el sur de Gran Canaria, más concretamente, en los municipios de San Bartolomé de Tirajana y Mogán y que valoran algunos de los tres aspectos de la sostenibilidad.

Posteriormente, se plantearán una serie de hipótesis que pretendemos corroborar a medida que avance el presente trabajo y seguidamente, se realizará una presentación de los datos obtenidos para su posterior análisis.

Finalmente, se presentarán las conclusiones generales elaboradas a partir del análisis del corpus de estudio, así como las referencias bibliográficas, ordenadas alfabéticamente, de los documentos que nos hayan servido para realizar el marco teórico y el análisis.

Nuestro trabajo se cerrará con un apéndice en el que se incluirán aquellas tablas que no se hayan podido añadir, por motivos de espacio, en el presente trabajo.

## **1.2. Objetivos generales del presente trabajo**

En el presente trabajo hemos establecido un objetivo básico: analizar la presencia de factores de sostenibilidad en la imagen corporativa enfocada al mercado internacional de las cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria en 2016. Este objetivo general se subdivide, a su vez, en una serie de objetivos específicos:

1. Hacer una clasificación de los hoteles presentes en la actualidad en el sur de la isla de Gran Canaria, más concretamente en los municipios de San Bartolomé de Tirajana y Mogán, atendiendo a la cadena hotelera a la que cada uno de ellos pertenece.
2. Identificar y diferenciar los factores de sostenibilidad que cada una de las cadenas hoteleras presenta a través de su imagen corporativa mediante la información contenida en sus sitios web y en sus documentos digitales redactados en lengua inglesa (enfocado al mercado internacional), con el fin de analizar cómo se plasman dichos factores en cada una de las cadenas seleccionadas como corpus de trabajo.
3. Interpretar los resultados obtenidos del análisis, especialmente los referentes a los factores de sostenibilidad que presenta cada una de las cadenas hoteleras y la tipología de documentos existentes.

### **1.3. Metodología**

El método científico que hemos seguido para realizar el presente trabajo ha sido el Método Lógico Inductivo. Este método científico es aquel que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular. Según Campillo Lorenzo y Peral (2006-2007, p.23) “el método lógico inductivo es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales”. Este método científico posibilita la creación de hipótesis, la investigación de leyes científicas y las demostraciones. Este método, por tanto, consta de cuatro pasos que son, en primer lugar, la observación de un fenómeno y la búsqueda de una explicación en relación con ese fenómeno; en segundo lugar, la creación de la hipótesis; en tercer lugar, la demostración de las hipótesis mediante la presentación de diferentes casos que lleven al mismo resultado; y, en cuarto y último lugar, la conclusión donde se verifica que la hipótesis funciona para varios casos.

Estos autores, además, añaden que la inducción puede ser completa o incompleta. En nuestro caso, se trata del método científico lógico mediante inducción completa donde la conclusión es extraída del estudio de todos los elementos que forman el objeto de investigación, esto es, que solo sería posible si sabemos con precisión el número de elementos que conforman el objeto de estudio y, además, cuando sabemos que el conocimiento generalizado se corresponde con cada uno de los elementos de investigación. En nuestro trabajo todos esos elementos que constituyen nuestro corpus de trabajo son el total de las cadenas hoteleras del sur de Gran Canaria que valoran algunos de los aspectos de la sostenibilidad.

## **2. Marco teórico**



## **2. Marco teórico**

En este capítulo estudiaremos los conceptos que nos servirán de fundamento para realizar el presente análisis, que son aquellos principios teóricos relacionados con la sostenibilidad, ya que uno de nuestros objetivos es analizar los factores de sostenibilidad en la imagen corporativa de las cadenas hoteleras. Asimismo, hemos de estudiar el concepto de turismo sostenible, que está estrechamente relacionado con la sostenibilidad. A continuación, hemos de acudir a la bibliografía relacionada con la imagen corporativa de las empresas para poder analizar cuáles son los atributos que distinguen a cada cadena hotelera y, por último, estudiaremos el concepto de Responsabilidad Social Corporativa.

### **2.1. Sostenibilidad turística**

El turismo es un fenómeno social y económico que se basa en el desplazamiento de personas de su residencia habitual por un período consecutivo que no exceda un año por motivos de ocio, negocios y otros (OMT, 1991). Asimismo, es una de las industrias que más dinero y empleo genera, pero también es una de las que más puede llegar a deteriorar el medio ambiente. Con respecto a los impactos negativos del turismo destacan, entre otros, el aumento en el consumo de suelo, agua y energía, la destrucción de paisajes al crear nuevas infraestructuras y edificios, el incremento de la generación de residuos y aguas residuales, la alteración de los ecosistemas, el traslado de flujos de población hacia las zonas de concentración turística, la pérdida de valores tradicionales y la subida de los precios que afecta a la población local (Santamarta, 2000). Dado que el turismo y las actividades de ocio, mucho más que otros sectores, dependen del medio ambiente y del entorno cultural para su éxito a largo plazo es necesario controlar los impactos ambientales con el fin de no poner en peligro la propia existencia del turismo ni los beneficios futuros (Secretariado de la red de autoridades ambientales, 2001).

Se puede considerar la sostenibilidad de un destino turístico como el apropiado desarrollo y la acertada gestión de un destino al mismo tiempo que se respetan los aspectos socioculturales, medioambientales y económicos de este y se tienen en cuenta sus diferentes capacidades de carga y la importancia de la colaboración de la comunidad local en cada uno de los momentos de este desarrollo. Además, se debe lograr que la perspectiva a largo plazo se tenga en cuenta permanentemente y que las generaciones futuras puedan continuar disfrutando de un destino de calidad, por lo menos igual, al que se disfruta en este momento (Gonçalves Gândara et al., 2007). Esto quiere decir que los recursos naturales, culturales, etc. se preservan para su uso continuado en el futuro a la vez que producen beneficios a la

sociedad actual. En este sentido, una actividad se puede considerar sostenible cuando esa actividad se puede llevar a cabo en la misma forma o en forma similar por un tiempo indefinido, esto es, que sea sostenible en el tiempo (La Sociedad Internacional de Ecoturismo, 2004) en sus tres dimensiones principales: ambiental, social y económica (Agustín y Derqui, 2014).

a) La sostenibilidad ambiental: consiste en compaginar la actividad de la empresa y la conservación de la biodiversidad y de los ecosistemas, intentando evitar la degradación del medio ambiente. Incluye un análisis de los impactos originados por la actividad empresarial relacionados con el consumo de recursos y la generación de residuos y emisiones. Como afirma Ayuso Siart (2003), las empresas han de ser conscientes de que el impacto ambiental que genera su actividad es un problema interno y no deben considerar que esta problemática es responsabilidad exclusiva de las administraciones estatales, autonómicas y locales. Los recursos ambientales, no importa cuál de ellos sea, solo permiten un determinado nivel de uso que, una vez se ha sobrepasado, provoca el comienzo de un proceso de degradación y pérdida que puede llegar a ser irreversible. Por ello, las empresas turísticas deben tener en cuenta que existen unos límites reales al uso de los recursos (Bosch Camprubí et al., 2001). Por este motivo, es necesario que las empresas turísticas lleven a cabo buenas prácticas ambientales como son el registro del consumo de agua y energía, la compra de alimentos que procedan de compras responsables, la disminución y la reutilización de los residuos, el control y la reducción de la contaminación atmosférica, acústica y en los medios de transporte, la sensibilización de los clientes etc. (Cámara de Comercio de Santiago de Compostela et. al, s.f.)

b) La sostenibilidad social: se centra en el mantenimiento de la cohesión social y de la capacidad para trabajar en la búsqueda de propósitos comunes. Una empresa debe tener en cuenta las consecuencias sociales de su actividad a todos los niveles: los trabajadores (condiciones de trabajo, nivel salarial, etc.), los proveedores, los clientes, las comunidades locales y la sociedad en general. A esta dimensión le atañe, por un lado, el aumento y el mantenimiento del bienestar social de la comunidad local. Esto se refiere a que la población se vea favorecida por la actividad de la empresa, por ejemplo, a través de la participación de esta en el desarrollo turístico o mediante la creación de empleo en la temporada turística alta. Por otro lado, a esta dimensión también le corresponde el respeto del patrimonio cultural e histórico, que se consigue, por ejemplo, poniendo especial atención a la conservación de la gastronomía, el idioma, el folklore, la arquitectura, etc., y a la recuperación y autenticidad de la cultura local, ya que puede ser un reclamo turístico (Ayuso Siart, 2003).



c) La sostenibilidad económica: se produce cuando la actividad que se desarrolla a favor de la sostenibilidad ambiental y social es financieramente posible y rentable. De acuerdo con Ayuso Siart (2003), la sostenibilidad económica hace referencia a la viabilidad y a la mejora del comportamiento económico de empresas individuales o de la industria turística en su conjunto. Además, debido a que el medio ambiente tiene una serie de limitaciones, la industria turística trata de conseguir un desarrollo económico sostenible basado en la mejora de la calidad. Asimismo, es interpretada en términos de supervivencia económica y el éxito continuado de compañías individuales. Lo que tratan de hacer las empresas para ser sostenibles en el tiempo y tener éxito es aumentar los niveles de calidad para así poder conseguir ventajas competitivas que les posicionen por encima de sus competidores. De acuerdo con Fernández García (2011), un comportamiento sostenible supone desde el punto de vista económico crear valor al accionista o propietario asegurando un uso apropiado de su capital y el cumplimiento de sus intereses; al cliente, satisfaciendo sus necesidades a través de precios competitivos y bienes y servicios de calidad; y a la sociedad, mediante la creación de empleo, el pago de salarios justos y el logro de un grado de confianza imprescindible para el adecuado funcionamiento de una economía de mercado.

Estas tres dimensiones fueron denominadas por John Elkington (1998) con el término “triple resultado” (*triple bottom line*), que hace referencia, como hemos indicado anteriormente, a la gestión de un negocio de tal forma que no destruya los recursos naturales, culturales o económicos de los que depende. En este sentido, si una empresa se administra de esta manera, puede mejorar las tres dimensiones y continuar obteniendo ganancias a la vez que beneficia las zonas naturales y las comunidades locales.

Según Artaraz (2002), en el Consejo Europeo de Gotemburgo de 2001, su presidenta Nicole Fontaine señaló que: “la voluntad de la Unión Europea a favor de un desarrollo sostenible, cuyas tres dimensiones, la económica, la social y la medioambiental, son indisociables”. Según esta afirmación, las tres dimensiones de la sostenibilidad son interdependientes. Hay que tener en cuenta que entre estas tres dimensiones, además, debe existir un equilibrio: los recursos naturales existentes se deben asegurar para que las generaciones futuras puedan continuar viviendo en y disfrutando del medioambiente; se deben generar oportunidades equitativas para toda la sociedad no dejando atrás a ninguna persona; y se debe prestar especial atención a los proyectos, ya que los que se lleven a cabo deben ser viables económicamente. En el diagrama que mostramos a continuación, podemos apreciar visualmente la representación de estas tres dimensiones:

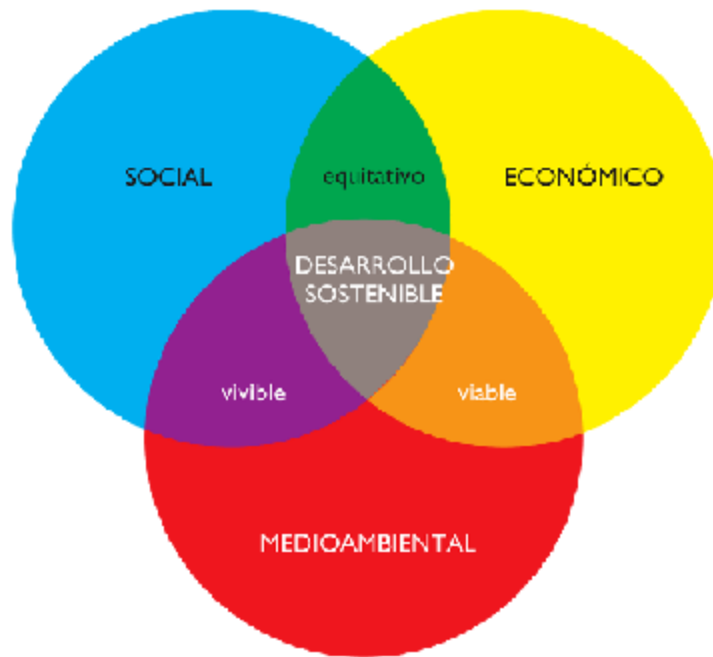


Figura 1: representación mediante un diagrama de las tres dimensiones de la sostenibilidad (medioambiental, social y económica). (Ecointeligencia, 2014).

En el siguiente epígrafe explicaremos el concepto de turismo sostenible, estrechamente vinculado al término de sostenibilidad.

## 2.2. Turismo sostenible

A lo largo de los años, las razones por las que los turistas viajan de un sitio a otro han ido cambiando. En la actualidad, está emergiendo un nuevo tipo de turista que se aleja de aquel que viaja a un destino buscando solamente sol y playa, descanso, gastronomía o diversión. Este nuevo tipo de turista se puede presentar como un viajero más independiente, exigente y experimentado, ajeno a los paquetes turísticos, respetuoso, atraído por el medio ambiente y concienciado con el cambio climático. Por este motivo, muchos de ellos prefieren pasar sus vacaciones en destinos que sean sostenibles. Esta preocupación por el medio ambiente ha dado lugar a un nuevo turismo, el turismo sostenible, que se ha convertido en una nueva oportunidad económica para los hoteles que deberían adaptarse a este nicho de mercado para competir en el sector. Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo sostenible es “aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro” (Kelejian, 2011, p.12).

De acuerdo con esta misma Organización los principios que definen el turismo sostenible son (Tapia, 2016, p.1):

- Se conservan los recursos naturales y culturales para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial;
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

Desde finales del siglo XVIII ya los turistas visitaban las Islas Canarias procedentes de algunos países europeos motivados por un afán de aventura, tanto es así que muchos investigadores han vinculado esta forma de turismo con el espíritu cultural del romanticismo. Esta etapa se considera un antecedente del desarrollo actual. Viajar a las islas suponía un elevado coste, por lo tanto, las personas que se lo podían permitir tenían un cierto estatus económico y una disposición a conocer lugares exóticos. Más adelante, en la década de los ochenta del siglo XIX, comienza a desarrollarse otro tipo de turismo. Este nuevo tipo de turistas viajaba a las islas por razones de salud. Se desplazaba a las islas, principalmente, por sus condiciones climatológicas y con el propósito de curar ciertas enfermedades reumáticas, cutáneas y del aparato respiratorio. Ya en la segunda mitad del siglo XX comienza a surgir el denominado turismo de masas o turismo de sol y playa que ha permitido que las Islas Canarias se consoliden como un significativo destino turístico mundial. Además, ha logrado convertir el turismo en el sector que produce en la actualidad la mayor parte de su riqueza económica (Domínguez Mujica, 2008).

Sin embargo, en los último años, las empresas han comenzando a inclinarse por un modelo turístico sostenible debido a las consecuencias naturales y culturales que la actividad provoca y al aumento del número de plazas y visitantes. Todo esto se traduce en una ocupación desproporcionada del suelo, un aumento incesante del consumo de recursos, un incremento progresivo de la presión sobre los espacios ambientales y un aumento de la contaminación (Parreño Castellano, 2008).

Asimismo, en Canarias, el desarrollo sostenible es una necesidad identificada por el propio sector. Tanto las empresas turísticas como la Administración local, regional o autonómica son cada vez más conscientes de que el factor ambiental es fundamental para que la actividad turística perdure. Para esto, sería necesario llevar a cabo prácticas ambientales y sociales adecuadas que reporten beneficios, por un lado, a las empresas turísticas, tales como la reducción de costes, la mejora de su imagen en el resto de países y el atractivo permanente del destino; y, por otro lado, a la comunidad local, mediante el incremento del bienestar de sus habitantes (Martín Martín, 2006). De acuerdo con García del Junco et al. (2014), para aumentar la calidad de vida de la población local se ha de conseguir la igualdad distributiva, la apropiada prestación de los servicios sociales como la educación o la salud, la igualdad de género, la participación y la responsabilidad política. Aunque en los últimos años, las empresas turísticas han hecho un esfuerzo impulsando Sistemas de Gestión Ambiental, todavía les queda un largo camino que recorrer para poder obtener beneficios económicos con la sostenibilidad (Martín Martín, 2006).

### **2.3. Imagen corporativa**

Para poder llevar a cabo el análisis de la presencia de factores de sostenibilidad en la imagen corporativa de las cadenas hoteleras, es necesario explicar el concepto de imagen corporativa. De acuerdo con Pintado Blanco y Sánchez Herrera (2013, p.18), la imagen corporativa es:

Una evocación o representación que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía; cada uno de esos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de dicho individuo.

Se infiere que esta definición hace alusión a una representación mental, es decir, algo que se manifiesta de manera interna. Es necesario añadir que esa representación mental la crea cada persona y, por lo tanto, la imagen que tenga de una empresa puede ser completamente distinta a la que tenga de otra. Esa representación mental es una imagen que el público construye en su mente. De hecho, cada persona puede tener una imagen única de una empresa dependiendo de los diversos contactos que haya tenido con ella a través de los diferentes medios como pueden ser lo que le han dicho sus amigos, las experiencias negativas o positivas que ha tenido con la empresa, las celebridades que representan a la marca, la publicidad, el modo en el que se expone el producto, etc. Por lo tanto, todo puede influir en la imagen corporativa, ya que esta está formada por un conjunto de características o atributos relativos a la empresa.

Se debe añadir que estos atributos pueden estar vinculados a cualquier aspecto que la empresa quiera enfatizar, como puede ser el respeto hacia el medio ambiente o el trato con el cliente o, también, pueden estar relacionados con múltiples connotaciones como pueden ser la calidad o los precios. De esta manera, las empresas que son populares por su calidad suelen tener una imagen positiva, mientras que las que no se distinguen por su calidad suelen tener una imagen negativa. En cualquier caso, hay que tener en cuenta que, dependiendo de la persona, cuando se hace referencia a la calidad percibida, la percepción de esta compañía puede variar. Por otro lado, los precios altos suelen relacionarse con empresas que tienen una buena imagen, mientras que los precios bajos no tienen esta vinculación aunque el usuario compre los artículos para aprovecharse de sus precios.

Del mismo modo, ese conjunto de atributos que la empresa desea comunicar puede corresponder o no con el conjunto de atributos ideal de un individuo. Cuánto más se corresponda, mejor valorada será la empresa, por tanto, es esencial saber con anterioridad cuáles son los gustos y las preferencias de los consumidores, con el fin de satisfacer sus necesidades y obtener la mejor imagen que sea posible en el mercado.

A continuación, como ejemplo de imagen corporativa de cadenas hoteleras que operan en la isla vamos a seleccionar dos empresas. La primera de ellas es be Cordial Hotels & Resorts. Este grupo hotelero, que cuenta con varios establecimientos hoteleros y extrahoteleros en la isla de Gran Canaria, que tal y como afirman Aguiar Quintana y Batista Canino (2015, p.215) “el principal objetivo del grupo es garantizar a sus huéspedes el descanso en un entorno respetuoso y amigable, y esto se traduce en una esmerada y amable atención, y en un programa de mejoras continuas en sus establecimientos para garantizar la calidad”. Además, en su política de sostenibilidad, por un lado, ponen énfasis en su prioridad de influir de manera positiva en la población local mediante la contribución al desarrollo socioeconómico de la zona donde desempeña su actividad y, por otro lado, forman a su equipo humano en cuanto a la gestión de residuos en los establecimientos hoteleros y extrahoteleros (be Cordial Hotels & Resorts, 2016). Al mismo tiempo, han decidido no ofrecer como tipo de régimen el “todo incluido”, ya que con esta decisión fomentan el reparto equitativo de beneficios a los negocios que están situados en la zona (Aguiar Quintana y Batista Canino, 2015).

El segundo ejemplo que nos gustaría destacar es el de la cadena Barceló Hotels & Resorts. Esta reconocida cadena hotelera familiar que tiene 80 años de historia, cuenta con más de 150 hoteles alrededor del mundo establecidos en países como Estado Unidos, México o la República Dominicana. Sus valores y su esencia responden a la iniciativa, el carácter

empresarial, el trabajo realizado de manera adecuada y el énfasis en el cliente que son la base de su plan empresarial. Además, tienen una estricta política de calidad y servicio al cliente porque para ellos, como hemos indicado anteriormente, la satisfacción del cliente es su prioridad. Asimismo, presentan como sus señas de identidad la tradición, el rigor, el compromiso con la preservación del medio ambiente, el respeto de la cultura local y el ofrecimiento de una oportunidad laboral a la población local (Barceló Hotels & Resorts, s.f.).

Por otra parte, nos gustaría añadir otra definición sobre la imagen corporativa que establece Villafañe (2011, p.30): “la integración en la mente de los públicos de todos los inputs emitidos por una empresa en su relación ordinaria con ellos”. Además, dicho autor afirma que es conveniente agrupar esos inputs que componen la imagen corporativa en tres conjuntos homogéneos que son los siguientes:

- a) El comportamiento corporativo se refiere a las acciones llevadas a cabo por la empresa en el plano funcional y operativo de sus procesos productivos.
- b) La cultura corporativa es la forma que tiene la empresa de integrar y comunicar las características o cualidades que la definen.
- c) La personalidad corporativa es la serie de manifestaciones que la empresa realiza de manera voluntaria con el propósito de proyectar una imagen intencional entre sus clientes mediante la comunicación y la identidad visual.

Asimismo, Villafañe (2008) añade que para que el receptor cree en su mente una imagen positiva duradera y eficaz debe fundamentarse en tres hechos. En primer lugar, la imagen ha de estar fundamentada en la propia realidad de la compañía. Para esto ha de adaptar de manera continua el mensaje corporativo a los cambios estratégicos de la empresa con el objetivo de aproximar su realidad corporativa a la imagen intencional que quiere dar. En segundo lugar, para conseguir una imagen positiva es necesario que en la mente de los receptores perduren los puntos fuertes de la empresa. Para ello, hay que llevar a cabo una gestión rigurosa de la comunicación y de las relaciones exteriores. El último hecho en el que debe basarse la imagen positiva es en la coordinación de las políticas formales (identidad visual, la cultura y la comunicación) con las políticas funcionales (comercial, financiera, de producción, etc.).

En definitiva, la imagen corporativa se debe generar de acuerdo con la identidad, estrategia, valores, cultura corporativa y perfil de la empresa. Por este motivo, es necesario

explicar el concepto de Responsabilidad Social Corporativa recogido en el siguiente epígrafe, ya que este está estrechamente relacionado con la imagen corporativa.

#### **2.4. Responsabilidad Social Corporativa**

Según la Comisión de las Comunidades Europeas (2001, p.7), la Responsabilidad Social Corporativa 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”.

La responsabilidad social es un concepto de acuerdo con el cual una empresa decide voluntariamente colaborar en el logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio y cuidado. Además, ser socialmente responsable significa ir más allá del cumplimiento de las obligaciones jurídicas, como por ejemplo invirtiendo en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. Por consiguiente, la Responsabilidad Social Corporativa hace posible la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los que se relaciona y la creación de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible del medio en el que actúa.

Por su parte García del Junco et al. (2014) afirman que la Responsabilidad Social Corporativa es la manera en que las empresas gestionan sus negocios teniendo en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades producen sobre sus clientes, accionistas, medio ambiente, empleados, comunidades locales y sobre la sociedad general. Esto conlleva el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el entorno medioambiental, social, laboral y de derechos humanos.

Además, es necesario añadir que la empresa ejerce su Responsabilidad Social en un ámbito interno y en uno externo (Riechmann et al., 1995). En el ámbito interno se refiere, por un lado, al respeto al medio ambiente en la actividad de la empresa, que tiene que ver principalmente con la gestión de los recursos naturales empleados en la producción. Por otro lado, se refiere a los derechos de sus trabajadores, a las políticas de Recursos Humanos, a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, a la salud y seguridad laboral y a la conciliación de la vida familiar y laboral. En el ámbito externo, la Responsabilidad Social que ejerce la empresa se corresponde con el respeto riguroso de los derechos de los clientes y consumidores, el respeto de los Derechos Humanos, a la no convivencia con la corrupción y a la acción cultural, medioambiental y social de las empresas.

En este sentido, de acuerdo con Rodríguez Fernández (2005) se puede señalar que son dos los pilares que definen la Responsabilidad Social Corporativa:

- Una colaboración de todos los grupos de interés: los trabajadores, los accionistas, los clientes, los proveedores, el medioambiente, los asesores y la sociedad en general.
- El propósito de la empresa es la creación de valor para todos los que participan, considerando y evaluando los aspectos positivos y negativos de la compañía.

#### **2.4.1. Ser socialmente responsable**

De acuerdo con Roser Hernández (2005) ser socialmente responsable implica poner en práctica en el día a día de la compañía:

- La escucha activa y de diálogo con los grupos de interés con los que se relaciona.
- El impulso con el ejemplo de un desarrollo y evolución más justos, igualitarios, equitativos y solidarios incorporando las preocupaciones sociales y medioambientales en sus decisiones, en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus agentes.

Es necesario añadir, de acuerdo con García del Junco et al. (2014, p.35) que:

La Responsabilidad Social Corporativa implica a todos los departamentos y todas las actividades llevadas a cabo por la organización y debe quedar patente en las acciones de la empresa. (...) las empresas no deben utilizar la Responsabilidad Social como un medio para aumentar su prestigio o reputación a nivel mediático.

Tal y como expresan Olcese et al. (2008), el reciente modelo empresarial responde a una visión del mundo que supone considerar una serie de valores para que las empresas evolucionen hacia un nuevo modelo de la empresa responsable y sostenible. Este conjunto de valores los explicaremos en el siguiente apartado.

#### **2.4.2. Los valores y principios de la empresa responsable y sostenible**

De acuerdo con Olcese et al. (2008), la empresa responsable y sostenible tiene una serie de valores que debe ser capaz de gestionar de manera equilibrada junto con los valores de la empresa tradicional. A continuación vamos a explicar los nueve fundamentos de la empresa responsable y sostenible en comparación con los principios de la empresa tradicional.

##### **2.4.2.1. Bien común y bien propio.**

La empresa tradicional se centra exclusivamente en la búsqueda del bien propio, incluso contraponen este interés independiente al interés general, por esto tienden a caer en el egoísmo. Por el contrario la empresa responsable y sostenible aboga por la búsqueda del bien



común e intenta a través de la interiorización de este valor conseguir la mejora de la situación social, económica y medioambiental.

#### **2.4.2.2. Colaboración y competitividad**

La empresa tradicional entiende que para tener éxito y ser sostenible en el tiempo ha de ser competitiva. La empresa responsable y sostenible aunque, por un lado, entiende que indudablemente la competitividad es un aspecto importante, por otro lado, considera que para poder hacer frente a los retos económicos, sociales y medioambientales se le debería dar una mayor importancia a la necesidad de participar, de intercambiar ideas, de establecer de manera conjunta nuevo conocimiento y nuevas soluciones. Para conseguir esto, la empresa responsable y sostenible cree que se ha de colaborar con los clientes, los compañeros, los proveedores, las organizaciones no gubernamentales, las administraciones públicas e incluso con los propios competidores.

#### **2.4.2.3. Emocional y racional**

La empresa tradicional sostiene que para tomar una buena decisión esta tenía que ser producto de la razón. No obstante, según Olcese et al. (2008), la empresa responsable y sostenible considera que cualquier decisión, desde la más insignificante hasta la más trascendental, está siempre impregnada por la emoción. Es por esto que este nuevo paradigma empresarial ha de poner énfasis en el aspecto emocional, sin olvidar la importancia de la racionalidad. Se debe tener en cuenta la relevancia que las emociones tienen en las relaciones humanas y en la mejora de las capacidades que son tan importantes para las empresas y sus miembros, como el entusiasmo, la creatividad y el compromiso.

#### **2.4.2.4. Confianza y control**

La empresa tradicional piensa que el control es un aspecto esencial dentro de la gestión. En la práctica, manifiesta un control desmesurado sobre el comportamiento de los integrantes de la empresa. Esto se debe a que existe una idea subyacente de que las personas no son merecedoras de confianza. De manera contrapuesta, la empresa responsable y sostenible aboga por reconocer y fomentar la importancia de la confianza e impulsarla entre los miembros de su empresa y sus grupos de interés. Se debe evitar que el hincapié que se hace sobre el control deteriore e impida la confianza entre las personas.

#### **2.4.2.5. Aprendizaje y eficiencia**

Las empresas, indudablemente, deben ser eficientes. Sin embargo, esta idea, que es la que sostiene la empresa tradicional, no debe menoscabar la importancia de la capacidad de aprender y crear. Sin duda, el aprendizaje conlleva unos costes, que a corto plazo, pueden hacer que la eficiencia disminuya. No obstante, la empresa responsable y sostenible concibe el aprendizaje como una inversión imprescindible que dará sus frutos a largo plazo, es decir, abogan por la creatividad, el aprendizaje y la innovación. Tal y como afirman Olcese et al. (2008, p.42):

Las empresas que desean permanecer en el tiempo teniendo un impacto positivo en la humanidad y el planeta, al tiempo que consiguen la máxima eficiencia en sus operaciones presentes, han de promover tanto dentro como fuera de sus fronteras una actitud abierta y humilde que favorezca la curiosidad y la exploración para así poder aprender, crear y, en suma, vivir.

#### **2.4.2.6. Coherencia e imagen**

La empresa tradicional tiene una tendencia hacia la imagen. Para este paradigma empresarial, lo que los clientes, grupos de interés etc. piensen de su empresa es fundamental y olvidan que el énfasis desmesurado en la imagen puede conllevar al deterioro de la esencia. Por su parte, la empresa responsable y sostenible aboga no solo por la imagen sino también por la coherencia, es decir, que lo que se está comunicando sea verdaderamente lo que se está haciendo como empresa. Lo que trata de conseguir es un equilibrio entre lo que se quiere comunicar y las medidas que se toman para conseguir esa comunicación.

#### **2.4.2.7. Diálogo y comunicación**

Para la empresa tradicional la comunicación es una actividad básicamente unidireccional cuyo objetivo es persuadir a los receptores del mensaje que emite. Sin embargo, la empresa responsable y sostenible va más allá y plantea como uno de sus fundamentos esenciales abrirse al entorno pero orientándose especialmente a los grupos de interés. Por esto, ha de informar de manera transparente qué está haciendo y qué pretende hacer, qué resultados está consiguiendo y cuáles espera lograr. La comunicación debe ser bidireccional, interna y externa y se ha de tratar a los grupos de interés como clientes a los que se les debe entender.

#### **2.4.2.8. Holarquía y jerarquía**

La empresa tradicional aboga porque haya una evidente jerarquía entre los diferentes niveles estructurales. No obstante, la empresa responsable y sostenible resalta esa necesidad de que haya una jerarquía sólida en la que se respete el papel de la autoridad y en la que, a su vez, se tenga en cuenta la opinión y las ideas de los distintos miembros de la empresa. Lo que intenta este nuevo paradigma empresarial es que la holarquía y la jerarquía coexistan de una manera productiva.

#### **2.4.2.9. Diversidad y uniformidad**

Las empresas tradicionales tienden a la uniformidad porque para ellos es más fácil tratar con grupos homogéneos de personas. Para este paradigma empresarial, los que han de pensar son aquellos que ocupan una posición en la parte superior de la jerarquía, el resto, los subordinados, solo deben realizar de manera adecuada las tareas que les son encomendadas. Por el contrario, la empresa responsable y sostenible trata de romper con esta visión y considera que podría disponer de más información valorando las ideas y los pensamientos de los miembros de la empresa, ya que la diversidad es riqueza.

Como afirman García Guardia y Llorente Barroso (2009), la Responsabilidad Social Corporativa es un elemento esencial para conseguir una Imagen Positiva que garantice una buena reputación a la empresa. Es por ello que en el siguiente epígrafe explicaremos la relación que existe entre la Responsabilidad Social Corporativa y la Imagen Corporativa.

### **2.5. La Responsabilidad Social Corporativa y la Imagen Corporativa**

Para establecer la relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y la Imagen Corporativa vamos a seguir las cinco apreciaciones que propone Orjuela Córdoba (2011):

- a) Es necesario reconocer la importancia de la alineación estratégica de la comunicación y las relaciones con el entorno como parte de la Responsabilidad Social Corporativa, ya que estos se sustentan entre sí. La empresa se comunica con su entorno y este, a su vez, responde mediante la comunicación, influyendo en su cultura corporativa desde la propia identidad que proyecta a través de su comportamiento, comunicación y relación con sus grupos de interés.
- b) Todo lo que una compañía hace y comunica origina un vínculo con su entorno. Este vínculo se traduce en una relación bidireccional imposible de romper.

- c) Se ha de interpretar la comunicación como un proceso en el que todo el personal de la empresa está involucrado y es responsable, convirtiéndose, de esta manera, en la otra cara de la moneda de la Responsabilidad Corporativa.
- d) Se ha de entender la relación biunívoca y directa de la comunicación y la Responsabilidad Social Corporativa como fuerzas que se compaginan y dependen la una de la otra para su supervivencia.
- e) Para llevar a cabo una planificación estratégica de la comunicación es necesario conocer la relación de la empresa con sus accionistas con el objetivo de conseguir un entendimiento más general y profundo de la dinámica comunicacional a nivel interno y externo, así como de la empresa con su entorno. La empresa debe saber cuáles son los accionistas con los que establece la comunicación (su perfil y necesidades de contenidos).

Como establecen García del Junco et al. (2014), una parte fundamental de esa comunicación es la imagen corporativa, que es el vínculo a través del cual la empresa traslada su imagen al entorno.

Después de haber explicado los fundamentos en los que nos apoyaremos para analizar el corpus, a continuación, daremos paso a la selección del corpus de trabajo y su posterior de análisis.

### **3. Corpus de estudio**



### 3. Corpus de estudio

#### 3.1. Delimitación del ámbito de estudio

Para llevar a cabo el presente análisis, hemos partido de un listado general de toda la oferta hotelera de la isla establecido por el Patronato de Turismo de Gran Canaria (2016). La decisión tomada ha sido seleccionar qué municipios iban a ser objeto del presente estudio. Según las estadísticas del Patronato de Turismo (2015) en lo referente a las pernотaciones de los turistas que visitan la isla, Playa del Inglés se sitúa en primer lugar (44,14%) seguida de Mogán (26,05%), Maspalomas (23,84%), Las Canteras (3,86%) y el resto de Gran Canaria (2,11%). En cuanto a la estancia media de los turistas en la isla, Maspalomas figura en primera posición con 8,55 días de media, seguida de Playa del Inglés con una media de 8,61, en tercera posición está el municipio de Mogán con 8,18 días de media, en cuarto lugar, encontramos Las Canteras con una media de 3,86 días y, en última posición, se sitúa el resto de la isla de Gran Canaria con 2,11 días de media. Todos estos datos nos han llevado a elegir como objeto del presente estudio los municipios de San Bartolomé de Tirajana (Bahía Feliz, San Agustín, Playa del Inglés, Maspalomas, Meloneras, Sonnenland y Campo Internacional) y Mogán (Anfi del Mar, Arguineguín, Amadores, Patalavaca, Puerto de Mogán, Puerto Rico, Taurito y Playa del Cura), ya que son los dos municipios que ofertan la mayor cantidad de plazas de alojamiento de la isla.



Figura 2: mapa de los municipios de San Bartolomé de Tirajana y Mogán.

### 3.2. Criterios de selección del corpus

Con el fin de llevar a cabo el análisis de la presencia de factores de sostenibilidad en la imagen corporativa enfocada al mercado internacional de las cadenas hoteleras que están presentes en el sur de la isla de Gran Canaria, hemos tomado como documento base para la selección del corpus, como hemos mencionado anteriormente, el listado de toda la oferta hotelera de la isla publicado en Internet por el Patronato de Turismo de Gran Canaria (2016). A partir de este documento, la primera decisión que hemos tomado es extraer únicamente aquellos establecimientos que tenían la tipología de hotel y se han organizado esos establecimientos de acuerdo con el tipo de empresa. Con tipo de empresa nos referimos a si estos pertenecen a una cadena hotelera, a una comunidad de propietarios, a una multisociedad o establecimiento privado o si constituyen un hotel independiente. La tabla que se muestra en el anexo I *Hoteles presentes en el sur de la isla de Gran Canaria por tipo de empresa* del presente trabajo cuenta con 88 establecimientos que están situados en los municipios de Mogán o San Bartolomé, que tienen tipología de hotel y que están separados de acuerdo con el tipo de empresa. De dicha tabla, hemos tenido que eliminar la cadena All Sun Hotels porque no tiene la página web enfocada al mercado internacional, ya que no está redactada en inglés. Asimismo, hemos descartado la cadena Satocan, puesto que no consideramos que la información ofrecida sea relevante en cuanto a los aspectos de sostenibilidad.

La segunda decisión que hemos tomado es generar un listado con las cadenas hoteleras, puesto que nuestro análisis lo vamos a hacer únicamente a partir de cadenas hoteleras. Esta tabla que hemos realizado está adjuntada y se corresponde con el anexo II cuyo título es *Listado de cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria*.

La tercera decisión que hemos tomado es elegir aquellas cadenas hoteleras que valoraban en su sitio web en inglés alguna de las tres dimensiones de la sostenibilidad que hemos explicado anteriormente en el marco teórico (medioambiental, social o económica). Se ha decidido la utilización, en un primer momento, de los sitios web de las cadenas hoteleras por considerar que estos son una muestra de la imagen corporativa de dichas cadenas. Posteriormente, hemos decidido acudir a documentos, principalmente digitales, para completar la información necesaria para su posterior análisis. En la búsqueda de todos estos documentos digitales que nos podían servir como apoyo para llevar a cabo el análisis, nos hemos percatado de que algunos de ellos estaban redactados únicamente en español, a pesar de que los sitios web estuvieran en inglés. Como resultado, hemos obtenido un total de diecinueve cadenas hoteleras que valoraban en sus sitios web alguno de los tres aspectos de la sostenibilidad. Esas cadenas son: Barceló Hotels & Resorts, be Cordial Hotels & Resorts,



Carlson Rezidor Hotel Group que opera bajo su marca Radisson Blu en Gran Canaria, Gloria Thalasso & Hotels, H10 Hotels, HD Hotels & Resorts, Dunas Hotels & Resorts, Lopesan Hotels & Resorts, Meliá Hotels International, Morasol Hoteles, Nordotel, Paradise Hotels & Resorts, Princess Hotels and Resorts, Riversun Touristic, Riu Hotels and Resorts, Seaside Hotels, Servatur, Starwood Hotels and Resorts y Sunwing S.A. y Thomas Cook Norte de Europa. A propósito de la cadena HD Hotels & Resorts, hemos de decir que a pesar de que el establecimiento Parque Cristóbal Gran Canaria es un complejo turístico de bungalows con tipología de hotel hemos decidido incluirlo en el análisis porque creemos que tiene un firme compromiso con el medioambiente. Seguidamente, mostramos un diagrama en el que se representa el porcentaje de cadenas que valoran la sostenibilidad y que, como hemos dicho anteriormente, son diecinueve cadenas en total y el porcentaje de cadenas hoteleras que no valoran la sostenibilidad en sus sitios web y que son un total de ocho.

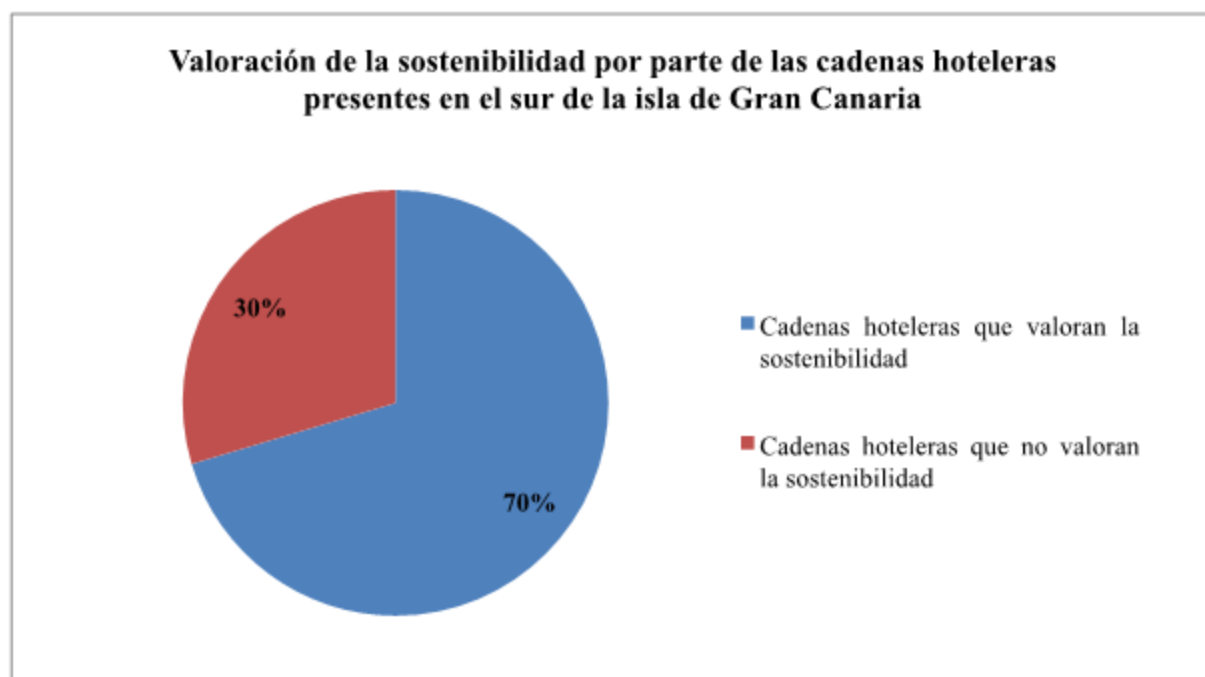


Gráfico 1: valoración de la sostenibilidad por parte de las cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria.

A continuación se muestra el listado de *Cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran la sostenibilidad* por ser el corpus del presente trabajo. También hemos generado la tabla que se denomina *Cadenas hoteleras presentes en el sur de Gran Canaria que no valoran la sostenibilidad* que se adjunta en el anexo III.

Cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran la sostenibilidad					
Cadena hotelera	Hotel	Municipio	Población	Categoría	Sitios web
Barceló Hotels & Resorts	Barceló Margaritas	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	<a href="http://www.barcelo.com/BarceloGroup/en_GB/corporate-information/medioambiente-gestion-sostenible.aspx">http://www.barcelo.com/BarceloGroup/en_GB/corporate-information/medioambiente-gestion-sostenible.aspx</a>
Be Cordial Hotels & Resorts	Cordial Mogán Playa	Mogán	Playa de Mogán	4 estrellas	<a href="http://www.becordial.com/microwebs/descripcion/29/turismo-sostenible">http://www.becordial.com/microwebs/descripcion/29/turismo-sostenible</a>
Carlson Rezidor Hotel Group	Radisson Blu Resort Gran Canaria	Mogán	Patalavaca	5 estrellas	<a href="http://www.rezidor.com/phoenix.zhtml?c=205430&amp;p=respperformance">http://www.rezidor.com/phoenix.zhtml?c=205430&amp;p=respperformance</a>
Gloria Thalasso & Hotels	Gloria Palace Amadores	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas	<a href="http://www.gloriapalaceth.com/en/environmental-statement/">http://www.gloriapalaceth.com/en/environmental-statement/</a>
	Gloria Palace Royal	Mogán	Barranco de Amadores	4 estrellas	
	Gloria Palace San Agustín	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	4 estrellas	
H10 Hotels	H10 Playa Meloneras Palace	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	5 estrellas	<a href="https://www.h10hotels.com/en/company/environment">https://www.h10hotels.com/en/company/environment</a>
HD Hotels & Resorts	Parque Cristóbal Gran Canaria	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	<a href="https://www.hdhotels.com/en/sustainability-corporate-social-responsibility/">https://www.hdhotels.com/en/sustainability-corporate-social-responsibility/</a>
Dunas Hotels & Resorts	Dunas Suites & Villas Resort	San Bartolomé de Tirajana	Campo Internacional	4 estrellas	<a href="http://www.hotelesdunas.com/en/quality-and-environmental-policy/">http://www.hotelesdunas.com/en/quality-and-environmental-policy/</a>
	Don Gregory	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	4 estrellas	
	Mirador Maspalomas	San Bartolomé de Tirajana	Sonnenland	3 estrellas	
Lopesan Hotels & Resorts	Lopesan Baobab Resort	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	5 estrellas	<a href="http://www.lopesan.com/en/project-pilev.html">http://www.lopesan.com/en/project-pilev.html</a>
	Lopesan Costa Meloneras	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	4 estrellas	
	Lopesan Villa del Conde	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	5 estrellas	
	Ifa Faro Hotel	San Bartolomé de Tirajana	Maspalomas	4 estrellas	
	Ifa Buenaventura Hotel	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	

	Ifa Dunamar Hotel	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	
	Ifa Continental Hotel	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	
	Ifa Catarina Hotel	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	
	Ifa Interclub Atlantic	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	3 estrellas	
	Ifa Beach Hotel	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	3 estrellas	
Meliá Hotels International	Meliá Tamarindos	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	5 estrellas	<a href="http://www.meliahotelsinternational.com/en/corporate-responsibility">http://www.meliahotelsinternational.com/en/corporate-responsibility</a>
Morasol Hoteles	Morasol Suites	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas	<a href="http://www.morasolhoteles.es/en/">http://www.morasolhoteles.es/en/</a>
Nordotel	Revoli	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas	<a href="http://www.nordotel.com/booking/rv_01_disponibilidad.xhtml?lng=en">http://www.nordotel.com/booking/rv_01_disponibilidad.xhtml?lng=en</a>
	Orquídea Bahía Feliz	San Bartolomé de Tirajana	Bahía Feliz	4 estrellas	
Paradise Hotels & Resorts	Paradise Costa Taurito	Mogán	Taurito	4 estrellas	<a href="http://www.paradisehotels.es/en/">http://www.paradisehotels.es/en/</a>
	Lago Taurito	Mogán	Taurito	3 estrellas	
	Valle Taurito	Mogán	Taurito	4 estrellas	
Princess Hotels & Resorts	Hotel Suite Princess	Mogán	Taurito	4 estrellas	<a href="http://www.princess-hotels.com/en/about-princess-hotels-resorts.html">http://www.princess-hotels.com/en/about-princess-hotels-resorts.html</a>
	Taurito Princess	Mogán	Taurito	4 estrellas	
	Maspalomas Tabaiba Princess	San Bartolomé de Tirajana	Campo Internacional	4 estrellas	
	SENTIDO Gran Canaria Princess	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	
	Mogán Princess & Beach Club	Mogán	Taurito	4 estrellas	
Riversun Touristic	Riosol	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas	<a href="http://riversun-touristic.com/english/hotel_riosol_en/sostenibilidad.html">http://riversun-touristic.com/english/hotel_riosol_en/sostenibilidad.html</a>

Riu Hotels & Resorts	Riu Papayas	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	<a href="http://www.riu.com/cn/sustainability/home.jsp">http://www.riu.com/cn/sustainability/home.jsp</a>
	Riu Don Miguel	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	
	Riu Palace Maspalomas	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	
	Riu Palace Oasis	San Bartolomé de Tirajana	Maspalomas	4 estrellas	
	Riu Palmeras	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	
	Club Hotel Riu Gran Canaria	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	4 estrellas	
	Riu Palace Meloneras	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	5 estrellas	
	Club Hotel Riu Vistamar	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas	
Seaside Hotels	Palm Beach	San Bartolomé de Tirajana	Maspalomas	5 estrellas	<a href="http://www.hotel-palm-beach.co.uk/sustainability-policy">http://www.hotel-palm-beach.co.uk/sustainability-policy</a>
	Grand Hotel Residencia	San Bartolomé de Tirajana	Maspalomas	5 estrellas Gran Lujo	<a href="http://www.grand-hotel-residencia.co.uk">http://www.grand-hotel-residencia.co.uk</a>
	Sandy Beach	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	<a href="http://www.hotel-sandy-beach.co.uk">http://www.hotel-sandy-beach.co.uk</a>
Servatur	Green Beach	Mogán	Arguineguín	3 estrellas	<a href="http://www.servaturhotels.com/en/Social-Responsability-of-Servatur">http://www.servaturhotels.com/en/Social-Responsability-of-Servatur</a>
	Puerto Azul	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas	
	Casablanca	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas	
	Puerto Feliz	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas	
	Terrazamar Suite	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas	
	Sun Suite	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas	
Servatur Waikiki	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas		
Starwood Hotels and Resorts	Hotel Sheraton Salobre Resort and Spa	San Bartolomé de Tirajana	El Salobre	5 estrellas	<a href="http://www.starwoodhotels.com/corporate/about/citizenship/sustainability/index.html?&amp;language=en_US&amp;localeCode=en_US">http://www.starwoodhotels.com/corporate/about/citizenship/sustainability/index.html?&amp;language=en_US&amp;localeCode=en_US</a>

Hoteles Sunwing S.A. y Thomas Cook Norte de Europa	Sunwing Resort Arguineguín	Mogán	Arguineguín	3 estrellas	<a href="https://arguineguin.sunwing.net/good-to-know/sustainability/">https://arguineguin.sunwing.net/good-to-know/sustainability/</a>
	Sunprime Atlantic View Suites and Spa	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	

Tabla 1: cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran la sostenibilidad.

### 3.3. Metodología de búsqueda del corpus y recogida de datos

Para llevar a cabo el análisis de factores de sostenibilidad en la imagen corporativa enfocada al mercado internacional de las cadenas hoteleras seleccionadas en el corpus de trabajo, hemos elaborado una ficha de recogida de datos que vamos a presentar a continuación. Dicha tabla fue empleada para analizar las diecinueve cadenas hoteleras que tratan alguno de los tres aspectos de la sostenibilidad en sus sitios web. Esa ficha de recogida de datos incluye el nombre de la cadena hotelera, las direcciones de sus sitios web o documentos digitales a las que hemos acudido para recabar la información, la tipología de sostenibilidad que analizamos (medioambiental, social y económica) y, por último, un apartado de observaciones en el que se incluyen otros datos de interés como pueden ser los galardones relacionados con la sostenibilidad que han recibido esas cadenas.

Ficha de recogida de datos	
Cadena hotelera	
Direcciones de sitios web o documentos digitales	
Tipología de sostenibilidad	a) Medioambiental
	b) Social
	c) Económica
Observaciones	

Tabla 2: ficha de recogida de datos.

### **3.4. Hipótesis**

A continuación, presentamos las hipótesis elaboradas con el fin de poder corroborarlas o refutarlas más adelante en el presente trabajo.

1. Todas las cadenas hoteleras no tratarán todas las dimensiones de la sostenibilidad (medioambiental, social y económica).
2. Todas las cadenas hoteleras tratarán con la misma profundidad los factores de sostenibilidad.
3. La sostenibilidad social es el aspecto menos desarrollado por las cadenas hoteleras.
4. La sostenibilidad medioambiental será la que tenga mayor presencia en los sitios web de las cadenas hoteleras.
5. Solo algunas cadenas hoteleras que valoren la sostenibilidad económica aportarán sus datos financieros.
6. Ninguna de las cadenas hoteleras que valoren la sostenibilidad económica reflejarán el salario de sus empleados.
7. Los factores de sostenibilidad están directamente relacionados con la imagen corporativa de las cadenas hoteleras.

## **4. Presentación y análisis de datos**





#### 4. Presentación y análisis de datos

Una vez llevado a cabo el volcado de los datos de los sitios web y documentos digitales a las fichas, nos hemos percatado de que no todas las cadenas hoteleras tratan todos los aspectos de la sostenibilidad ni tampoco todas las cadenas hoteleras tratan esos aspectos con la misma profundidad. Hemos podido comprobar que únicamente cinco cadenas hoteleras tratan los tres aspectos de la sostenibilidad ya mencionados y son las cadenas Barceló Hotels & Resorts, Meliá Hotels International, Riversun Touristic, Riu Hotels & Resorts y Starwood Hotels and Resorts. Asimismo, hemos podido constatar que diez cadenas hoteleras tratan en su página web dos aspectos de la sostenibilidad que se corresponden con el aspecto medioambiental y el social y son las cadenas be Cordial Hotels & Resorts, Carlson Rezidor Hotel Group que opera bajo su marca Radisson Blu, Gloria Thalasso & Hotels, H10 Hotels, HD Hotels & Resorts, Lopesan Hotels & Resorts, Nordotel, Seaside Hotels, Servatur y Sunwing S.A. y Thomas Cook Norte de Europa. Por otro lado, hemos podido comprobar que solo una cadena hotelera, la cadena Dunas Hotels & Resorts valora dos aspectos de la sostenibilidad que se corresponden con el medioambiental y el económico. Finalmente, hemos podido cerciorarnos de que las tres cadenas hoteleras restantes de las diecinueve analizadas solo consideran en su sitio web un aspecto de la sostenibilidad que se corresponde con el aspecto medioambiental y son las cadenas Morasol Hoteles, Paradise Hotels & Resorts y Princess Hotels & Resorts.

A continuación presentamos esta información en forma de tabla, aportando un ejemplo de cada uno de los aspectos de la sostenibilidad que se lleva a cabo en cada una de las cadenas hoteleras. La primera tabla que mostramos es la de las *Cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran un aspecto de la sostenibilidad: medioambiental*.

Cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran un aspecto de la sostenibilidad (medioambiental)		
Cadena hotelera	Tipología de sostenibilidad	Ejemplo
Morasol Hoteles	Medioambiental	La cadena está dentro del Programa Ecolíderes de <i>TripAdvisor</i> con insignia de plata. La insignia de plata quiere decir que el hotel cumple con los requisitos mínimos y su puntuación en la citada encuesta es del 40%.
Paradise Hotels & Resorts	Medioambiental	En el restaurante se trata de hacer compras a granel y no en porciones y se emplean siempre artículos de menaje no desechables.
Princess Hotels & Resorts	Medioambiental	La cadena posee el sello <i>Nature Friendly Billing</i> . Las empresas que poseen el sello <i>Nature Friendly Billing</i> son organizaciones que se han comprometido ante la sociedad a preservar el medio ambiente mediante la progresiva supresión del papel en sus transacciones, incluyendo electrónicamente todas sus facturas emitidas y recibidas, así como albaranes, catálogos, tarifas, pedidos y todo tipo de documentación anteriormente gestionada en papel.

Tabla 3: cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran un aspecto de la sostenibilidad (medioambiental).

A continuación presentamos la segunda tabla que se corresponde con la de las *Cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran dos aspectos de la sostenibilidad: medioambiental y social.*

Cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran dos aspectos de la sostenibilidad (medioambiental y social)				
Cadena hotelera	Tipología de sostenibilidad	Ejemplo		
Be Cordial Hotels & Resorts	Medioambiental	Tratan de minimizar el consumo de agua mediante el uso de agua procedente de pozos naturales para el riego de plantas en el Cordial Mogán Playa.		
	Social	Se lleva a cabo, de manera periódica, con el objetivo de participar con el Instituto Canario de Hemodonación y Hemoterapia (ICHH), varias jornadas en la que los empleados han podido donar sangre en una unidad móvil situada en los establecimientos.		
Carlson Rezidor Hotel Group	Medioambiental	En el Radisson Blu Resort Gran Canaria se ofrece a los clientes y empleados actividades en los entornos naturales de Gran Canaria para que valoren el medioambiente que se quiere proteger.		
	Social	Se apoya activamente la organización benéfica de la compañía a nivel global, <i>World Childhood Foundation</i> , que está comprometida con la ayuda a los niños y las mujeres jóvenes en situaciones de riesgo de todo el mundo.		
Gloria Thalasso & Hotels	Medioambiental	Gloria Palace San Agustín	Gloria Palace Amadores	Gloria Palace Royal
		Se han instalado dos calderas de biomasa	Se produce energía fotovoltaica	Se ha implementado un Plan de Movilidad. Mediante este plan se informa a los empleados la importancia del uso del transporte público y del uso compartido de vehículos privados. Esto supone una disminución de los gases contaminantes procedentes de los motores de los vehículos.
H10 Hotels	Social	Gloria Palace Thalasso & Hotels se ha sumado a la iniciativa Hoteles Amigos de UNICEF España, comprometiéndose a participar en los programas de protección y defensa de los derechos de los niños del Fondo de Naciones Unidas para la Infancia.		
	Medioambiental	H10 Hotels participa con las instituciones locales en actividades relacionadas con el medio ambiente.		
HD Hotels & Resorts	Social	H10 Hotels tiene un acuerdo con Cáritas para colaborar en la campaña de Becas-Comedor destinada a favorecer la alimentación escolar entre niños que pertenecen a familias que están riesgo de exclusión social.		
	Medioambiental	Disponen de sensores magnéticos para puertas y ventanas con el objetivo de que se desconecte el aire acondicionado en los bungalows y se ahorre, de este modo, energía.		
	Social	Se intenta ofrecer a los empleados un entorno idóneo para trabajar, en un marco de diversidad, respeto e igualdad, con tolerancia cero a la discriminación de ningún tipo.		

Lopesan Hotels & Resorts	Medioambiental	Llevan a cabo la iniciativa <i>0 papeles</i> . Esta iniciativa consiste en ahorrar papel a través del empleo de las nuevas tecnologías. Para ello, han creado un portal web que permite a todos los proveedores registrar sus facturas y llevar un control de estas mediante notificaciones sobre el estado de los documentos.
	Social	En dos mil trece, el Grupo Lopesan y la Fundación Adecco firmaron un acuerdo a través del cual, ambas empresas se comprometían a llevar a cabo diferentes acciones con el objetivo de fomentar la integración social y laboral de las personas con discapacidad.
Nordotel	Medioambiental	Esta cadena hace un empleo sostenible de los recursos naturales a través de acciones que favorezcan el ahorro energético y el uso de tecnologías limpias.
	Social	Realizan de manera anual una donación de alimentos a entidades de carácter social como Cáritas.
Seaside Hotels	Medioambiental	En Seaside Hotels disponen de tarjetas de acceso para controlar en términos de ahorro energético la iluminación en las habitaciones.
	Social	En relación con el personal, la mayor parte de la plantilla de los hoteles Seaside son de la región. Esto asegura unos ingresos seguros a los familiares del empleado, aporta bienestar en la población y da estabilidad económica al destino turístico y a toda la isla.
Servatur	Medioambiental	Esta cadena trata de mejorar la eficiencia energética de los establecimientos. Para ello, se han realizado auditorías energéticas de los establecimientos y un proyecto piloto de mejora de las instalaciones de ACS (Agua Caliente Sanitaria) y climatización de piscinas.
	Social	En esta dimensión, la cadena colabora en las políticas de inserción laboral de jóvenes universitarios mediante un convenio de participación con la Fundación Universitaria de Las Palmas.
Sunwing S.A. y Thomas Cook Norte de Europa	Medioambiental	En sus hoteles, la ropa de cama y las toallas se cambian únicamente si el huésped lo desea. Para ello, este deberá depositar lo que desea cambiar en el cesto de la ropa sucia ubicado en el baño. De esta manera, se favorece al ahorro de agua en los establecimientos de la cadena.
	Social	Entre sus principios a favor del desarrollo sostenible en el turismo destaca su lucha por condiciones de trabajo que incluyan un salario mínimo y en las que se regulen las horas de trabajo, entre otros aspectos.

Tabla 4: cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran dos aspectos de la sostenibilidad (medioambiental y social).

Seguidamente, mostramos la tabla de las *Cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran dos aspectos de la sostenibilidad: medioambiental y económico* y que se corresponde con el medioambiental y el económico.

Cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran dos aspectos de la sostenibilidad (medioambiental y económico)		
Cadena hotelera	Tipología de sostenibilidad	Ejemplo
Dunas Hotels & Resorts	Medioambiental	En Dunas Hotels & Resorts toman las medidas necesarias para disminuir al mínimo las emisiones, la generación de residuos y preservar los recursos naturales, con un riguroso compromiso de mejora continua, implementación de tecnologías limpias y gestión eficiente.

	Económico	Esta cadena tiene como uno de sus principios básicos satisfacer y conocer cuáles son las necesidades, sugerencias y deseos de sus clientes con el objetivo de hacerles sentir como si estuvieran en casa.
--	-----------	---

Tabla 5: cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran dos aspectos de la sostenibilidad (medioambiental y económico).

Por último, adjuntamos la tabla de las *Cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran los tres aspectos de la sostenibilidad: medioambiental, social y económico*.

Cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran los tres aspectos de la sostenibilidad (medioambiental, social y económico)		
Cadena Hotelera	Tipología de sostenibilidad	Ejemplo
Barceló Hotels & Resorts	Medioambiental	Emplean sensores de movimiento en los grifos de los lavabos con el fin de ahorrar agua.
	Social	El grupo Barceló suscribe el Pacto Mundial que coordina la Asociación Cultura pro Naciones Unidas y el Código de Conducta contra la Explotación Sexual Infantil, al mismo tiempo que colabora con entidades de interés social sin ánimo de lucro, como pueden ser la Fundación Integra y Fundosa para la integración laboral dentro de la Empresa de colectivos excluidos.
	Económica	Sus ventas netas fueron de 1.600,5 millones de euros.
Meliá Hotels International	Medioambiental	Meliá ha puesto en marcha un programa de eventos y reuniones sostenibles denominado <i>EcoTouch</i> . Este programa surge debido a las exigencias de un segmento de clientes que solicita la incorporación de criterios de sostenibilidad en las reuniones de trabajo. Un ejemplo de esto es el empleo de jarras o botellas de agua de vidrio reciclables, bolígrafos de material reciclado, así como papel o posavasos reciclados y reciclables a su vez.
	Social	Meliá se unió en el año 2006 al <i>ECPAT (Eradicating Child Prostitution Abuse and Trafficking)</i> . ECPAT International es una red global de organizaciones e individuos que trabajan de manera conjunta para la supresión de la prostitución, la pornografía infantil y el tráfico de niños con objetivos sexuales.
	Económica	Los ingresos de la cadena en el año dos mil quince fueron de 1.738,2 millones de euros.

Riversun Touristic	Medioambiental	Se trata de, en la medida de lo posible, comprar productos locales hechos y producidos en las islas Canarias, un ejemplo de esto son los productos de limpieza que son casi todos de procedencia canaria.
	Social	Han establecido un convenio con la Concejalía de Asuntos Sociales del Ayuntamiento de Mogán para atender, siempre que sea posible, solicitudes de empleo de personas de la zona que tengan dificultades económicas, prestar ayuda en caso de catástrofes naturales o simplemente ofrecer algún tipo de ayuda o donación a colectivos desfavorecidos del municipio que se lo solicite.
	Económica	Esta cadena rechaza el régimen “Todo incluido” porque consideran que es bueno para los clientes (y por tanto para el hotel) beneficiarse del entorno, a la vez que es bueno para el entorno beneficiarse de los clientes del hotel.
Riu Hotels & Resorts	Medioambiental	Se trata de hacer un uso racional y reciclaje del agua.
	Social	Riu colabora con la <i>Asociación de Padres Unidos Pequeño Valiente</i> . Esta Asociación se ocupa de la ayuda a niños enfermos de cáncer. En virtud de este convenio, la cadena hotelera proporciona dinero que se destina a costear los gastos de una vivienda cercana al Hospital Materno Infantil de Las Palmas a aquellos familiares que se han tenido que desplazar a la ciudad para el tratamiento de niños enfermos.
	Económica	Tratan de pagar a sus empleados sueldos justos en relación con la responsabilidad que conlleva y el desempeño de sus funciones.
Starwood Hotels and Resorts	Medioambiental	Tratan de disminuir los residuos y la contaminación. Esto lo hacen, por ejemplo, haciendo funcionar los vehículos de transporte mediante los residuos de aceite generados en la cocina.
	Social	A través del programa <i>Check Out for Children</i> , lanzado en 1995, Starwood Hotels and Resorts colabora con UNICEF. A través de este programa los clientes de los hoteles de Starwood en todo el mundo deciden añadir 1 dólar estadounidense (o su equivalente en moneda local) a su factura del hotel.
	Económica	Starwood Hotels and Resorts obtuvo en dos mil quince unos ingresos de 5,7 mil millones de dólares.

Tabla 6: cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que valoran tres aspectos de la sostenibilidad (medioambiental, social y económico).

#### 4.1. Resumen de resultados

A propósito del análisis de las cadenas hoteleras que valoran los tres aspectos de la sostenibilidad hemos de añadir que la cadena **Barceló Hotels & Resorts** trata de que la actividad que realiza su empresa sea sostenible con el medio ambiente desde seis perspectivas fundamentales que son: la gestión de los residuos, el ahorro energético, el ahorro de agua, la construcción y diseño sostenible de los nuevos hoteles, el fomento de la concienciación ecológica de los empleados y la recuperación del ecosistema nativo en algunos de sus hoteles. Desde la perspectiva social, es necesario añadir que disponen de un Código Ético (redactado únicamente en español) en el cual se puede observar su fomento del bienestar social, ya que en este se recalca, entre otras cuestiones, la voluntad de impulsar la contratación de la población local, la educación, la higiene y las oportunidades de desarrollo profesional y personal de los ciudadanos de la comunidad. Asimismo, es necesario añadir que tienen muy en cuenta la gastronomía local de los lugares donde establecen sus hoteles, ya que aplican los estándares de calidad y servicio propios de la marca Barceló Hotels & Resorts pero sin perder ningún detalle de la cultura autóctona. Además, dentro del ámbito social, Barceló Hotels & Resorts trata de proporcionar un carácter local a las instalaciones y servicios de sus hoteles mediante la creación de espacios adaptados a la sensibilidad del lugar. Desde la perspectiva económica, hemos podido cerciorarnos de que son transparentes con la sociedad en cuanto a la información económica que aportan en su Informe Anual, el cual arroja datos sobre las ventas netas, el patrimonio neto o los estados de situación financiera consolidados, entre otros. Por otro lado, dentro de este ámbito la cadena Barceló Hotels & Resorts tiene una política rigurosa de control de la calidad cuyo propósito es aumentar el número de clientes que repiten en sus hoteles y el nivel de satisfacción a través del uso de una amplia variedad de medidas como las auditorías externas e internas, los Manuales de Calidad Barceló, las encuestas de satisfacción de clientes y turoperadores, las inspecciones higiénico-sanitarias, el *mystery-guest*, etc.

Con respecto a la cadena **Meliá Hotels International**, hemos de decir que está muy concienciada de la importancia que tiene el medioambiente, tanto es así que poseen su propia estrategia medioambiental que consiste en medir, comparar y corregir, por ejemplo, mediante un seguimiento constante de las actividades en cuanto a la gestión y eficiencia; sensibilizar y concienciar; estandarizar e innovar, en algunos casos, a través de la inclusión de mejores prácticas; y, por último, integrar criterios sostenibles, sirva de modelo la inversión de manera responsable. Asimismo, esta conciencia comienza desde el año dos mil siete cuando lanzaron su proyecto *SAVE* de eficiencia energética e Hídrica para luchar contra el cambio climático.

Además, esta cadena en su compromiso con el medioambiente apuesta por la inclusión de energías renovables mediante la firma de un acuerdo con Endesa, por el cual todos los hoteles y sedes corporativas de Meliá en España funcionan con energía eléctrica de origen 100% renovable. Dentro de esta dimensión, es muy necesario añadir que el compromiso con el medioambiente de la cadena Meliá Hotels International ha quedado plasmado en la *Top A-List* de la organización CDP (*Climate Disclosure Leadership*) donde ha sido reconocida como una de las mejores cadenas hoteleras del mundo por su desempeño en gestión medioambiental. En la *Top A-List* se encuentran las compañías con mejor desempeño y transparencia en materia de cambio climático y que se consideran líderes en la lucha contra el calentamiento global. En cuanto a la perspectiva social, hemos podido comprobar en su informe anual que la cadena Meliá está muy comprometida con las sociedades en las que fijan sus hoteles, ya que dispone de diversas iniciativas que favorecen el desarrollo social en casi todos esos países donde se establecen, como es el caso de España, país en el que se ha llevado a cabo el proyecto *Primera Experiencia Profesional* a través del cual fueron seleccionados 35 jóvenes de entre 18 y 25 años en situación de vulnerabilidad social para participar en un proceso de formación en hostelería y restauración en un entorno real de trabajo. Además de esto, Meliá suscribe, entre otros estándares y modelos, la *Convención de los Derechos del Niño*, por medio de la cual se considera que los niños son individuos con derecho de libre expresión y con derecho íntegro al desarrollo mental, social y físico. Otro aspecto que nos gustaría destacar dentro de este ámbito es la exhaustividad con la que aportan los datos sobre sus empleados en su Informe Anual, en el que se incluyen, entre otra información, tablas de la plantilla por nacionalidades, la diferencia de salarios medios por sexo o el número de contrataciones por continente. En el plano económico, Meliá Hotels International apuesta por la transparencia de la información con sus accionistas e inversores, el rigor y el buen gobierno con el objetivo de conseguir a medio y largo plazo rentabilidad y aumento de valor. Por ello, disponen en su Informe Anual de un Informe de Gestión en el que aparecen, de manera detallada, datos sobre las magnitudes económicas y estadísticas, entre otros.

Todas estas dimensiones quedan plasmadas en su política de Responsabilidad Social Corporativa, aprobada en el año dos mil ocho. Ese modelo de Responsabilidad Social Corporativa está adaptado al entorno, a sus necesidades, a cada cultura, y a las prioridades del negocio. El modelo está constituido por seis pilares fundamentales que están definidos con unos objetivos claros y concretos y son los Derechos Humanos e Infancia, la Empleabilidad, el Cambio Climático y Desarrollo Local, la Universidad y Conocimiento, la Cultura y el Liderazgo y Reconocimiento.

En la cadena **Riversun Touristic** podemos observar que su compromiso con el medioambiente, recogido en su Código de Sostenibilidad y Buenas Prácticas, en su Informe de Sostenibilidad y en su Política Medioambiental está presente en cinco perspectivas sobre las que actúa y que son: el ahorro de energía, el ahorro de agua, el reciclaje de residuos, el empleo de productos ecológicos y la formación y desarrollo. Asimismo, se debe añadir que tienen una Política de Compra que, entre otros aspectos, demanda a los proveedores que reduzcan al máximo el empaquetado de sus productos. Además, cabe destacar dentro del ámbito medioambiental que disponen de la certificación *Gold* de *Travelife*, que es una certificación de sostenibilidad a nivel internacional para hoteles y alojamientos. En cuanto a la dimensión social, disponen de una Política de Recursos Humanos en la que se resalta, entre otros aspectos, el respeto a la dignidad de los individuos en el entorno laboral. En esta dimensión cabe destacar que están muy comprometidos con la sociedad, ya que en dos mil seis la cadena firmó un acuerdo con la ONG aldeas infantiles por medio del cual se compromete a participar cada año mediante una aportación económica y mediante la ejecución de actividades lúdicas en el hotel con el fin de que los clientes también participen. Además de esto, la cadena también colabora con una serie de entidades como el Servicio Canario de Empleo o páginas web locales como Laborae y promueven entre los huéspedes los eventos culturales y deportivos que tengan lugar en la zona. Otro aspecto que queremos destacar dentro del plano social es la rigurosidad de la información que aportan, ya que en su Informe de Recursos Humanos incluyen gráficas de la plantilla por tipo de contrato, por sexo e incluso por municipios demostrando que cumplen con el compromiso social de contratar a habitantes locales. En relación con la dimensión económica, no son transparentes en cuanto a sus ingresos pero sí se destaca que Riosol es una propiedad formada por más de doscientas familias, en su mayoría canarias, que reciben una renta mensual gracias a su actividad económica. Por otro lado, es necesario resaltar que disponen de una Política de Calidad y Fidelización puesto que para ellos es imprescindible la satisfacción del cliente en cada una de sus decisiones empresariales. Para comprobar los niveles de satisfacción llevan a cabo un seguimiento continuo a través de un programa informático por medio tanto de encuestas internas como de opiniones de clientes en los distintos sitios web.

Con respecto a la cadena **Riu Hotels & Resorts**, hemos de destacar su preocupación por desarrollar su actividad respetando el medioambiente. El reflejo de esta preocupación por el entorno se observa en su Política de Medioambiente, en su Informe Anual de Sostenibilidad y en su Informe sobre los compromisos con el medioambiente en los que recalcan sus compromisos que son, entre otros, la conciencia sostenible de clientes, empleados y



proveedores, el uso y reciclaje del agua, la gestión de residuos, el ahorro de energía, la participación en proyectos de biodiversidad, la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>, y la salud y seguridad. Asimismo, cabe destacar que todos los hoteles de la isla poseen la certificación *Gold de Travelife*. En cuanto a la dimensión social, podemos comprobar en su Política de Recursos Humanos que es una cadena que apuesta por dar prioridad a las oportunidades de desarrollo personal y profesional de su equipo y que se preocupa de que haya un trato justo y digno y se respeten las diferencias culturales de cada persona. Por otro lado, esta cadena también está implicada en diferentes iniciativas como la asociación sin ánimo de lucro *Sonrisas Médicas*. Otro punto que debemos resaltar dentro de esta dimensión es su exhaustividad en cuanto a los datos que presentan en su Informe de Recursos humanos donde aportan indicadores de la plantilla por continentes, sexo y tipo de contrato, así como gráficos de la plantilla según su nacionalidad. En el ámbito económico, además de lo que hemos mencionado anteriormente en la tabla, disponen de una Política de Calidad en la cual se detallan los objetivos y compromisos en los que se fundamentan para gestionar la calidad, entre ellos, podemos destacar su interés en establecer un contacto permanente y cercano con los clientes para poder conocer sus necesidades y satisfacerlas.

En cuanto a la cadena **Starwood Hotels and Resorts**, podemos comprobar su respeto por el medioambiente en su informe titulado *Global Citizenship at Starwood*. En él la cadena ofrece, entre otra información, datos sobre las emisiones de gases efecto invernadero que producen, su consumo de agua o su consumo de electricidad. Asimismo, en este informe publican su participación con la organización *Clean the World*, cuyo objetivo es recoger los jabones parcialmente usados de los hoteles para posteriormente reciclarlos y convertirlos en nuevos jabones que distribuyen a las personas más necesitadas. Además, tienen una Política Ambiental que se basa en impulsar el desarrollo sostenible, entre otros aspectos. Dentro del ámbito social es necesario destacar su compromiso con la sociedad reflejado en su Política de Recursos Humanos, por medio de la cual la cadena se ha comprometido en promover los derechos humanos a través del desarrollo económico y la creación de empleo, así como en tomar medidas proactivas que reconozcan y respeten el patrimonio cultural y garanticen que la compañía respeta el derecho al agua de la comunidad. Asimismo, Starwood Hotels and Resorts apoya los Principios Rectores descritos en el marco de las Naciones Unidas *Proteger, Respetar y Remediar* sobre las Empresas y los Derechos Humanos, optando por una tolerancia cero en cuanto al tráfico de personas dentro de su esfera de influencia. Por último, en el marco económico, la cadena expone en su informe *Global Citizenship At Starwood* que miden la satisfacción de los clientes mediante encuestas o a través de la pestaña *calificaciones*

y comentarios disponible en el sitio web de cada uno de los hoteles de la cadena. Además, en su *2015 Annual Report and Form 10-K* ofrecen con detalle los datos financieros y los resultados consolidados, entre otra información.

En relación con la cadena **Be Cordial Hotels & Resorts**, hemos de decir que disponen de un Informe de Sostenibilidad (redactado únicamente en Español) en el cual se refleja firmemente su compromiso medioambiental desde cinco perspectivas fundamentales que son las siguientes: la gestión de los residuos y la contaminación, la disminución del consumo energético, la reducción del consumo de agua, la concienciación sobre el medio ambiente y la formación medioambiental a sus empleados. Dentro de esta dimensión, hemos de destacar el premio *TUI Umwelt Champion* otorgado por el turoperador TUI. En el ámbito social, hemos de decir que están comprometidos con salvaguardar la cultura de la zona donde fijan sus hoteles, en este caso la cultura de Canarias y sus costumbres, ya que disponen de un yacimiento arqueológico en el Hotel Cordial Mogán Playa denominado *Las Crucecitas* donde se pueden encontrar enterramientos aborígenes prehistóricos. Asimismo, a través de la participación con Cruz Roja se impulsa el empleo de colectivos vulnerables, reflejo de su compromiso con la lucha contra la discriminación.

La cadena **Carlson Rezidor Hotel Group** es otra de las cadenas que apuesta por el desarrollo sostenible y así lo plasma en su responsabilidad social corporativa. La cadena, que opera bajo su marca Radisson Blu en Gran Canaria, tiene un programa llamado Negocio Responsable y cada hotel tiene un plan de acción de Negocio Sostenible. En ese programa que tiene la cadena se centran principalmente en tres pilares que son, en primer lugar, *Think in Planet* en el que se exponen las acciones medioambientales llevadas a cabo y entre las que se incluyen la eficiencia energética, la compensación de carbono, la conservación del agua, la gestión de residuos y, por último, las compras sostenibles; en segundo lugar, *Think in people*, que incluye aspectos como la salud y seguridad, el bienestar de los empleados, la diversidad e inclusión, los derechos humanos, el empleo y empleabilidad y el desarrollo de las personas; en tercer lugar, *Think Together* que incluye aspectos relacionados con el compromiso con la comunidad y la ayuda en caso de catástrofes. Una de las acciones que están llevando a cabo en el Radisson Blu Resort Gran Canaria consiste en adquirir productos que tienen poco o ningún impacto sobre el medioambiente a lo largo de su ciclo vital. Además, hemos de decir que este hotel está considerado como un hotel ecológico. Por otra parte, la cadena posee un reconocimiento debido a su liderazgo y prácticas recomendadas de innovación en soluciones sostenibles para reuniones por el *Green Meeting Industry*, ya que se fomentan las reuniones sin papeles mediante el servicio de internet gratuito. En cuanto a la dimensión social, la

cadena está comprometida con el bienestar social por lo que llevan a cabo algunas iniciativas en cada uno de sus hoteles. El hotel Radisson Blu Resort Gran Canaria, en particular, colabora con organizaciones caritativas locales en varias campañas de recogida de comida y ropa durante todo el año para luego distribuirlos entre los más necesitados.

La cadena **Gloria Thalasso & Resorts** es muy consciente de la importancia que conlleva conservar el medioambiente. Es por ello que en su sitio web aporta de manera transparente información sobre esta dimensión. Esta información es aportada en cada una de las declaraciones ambientales (redactadas únicamente en español) de sus hoteles en la que se incluye un Sistema de Gestión Ambiental constituido, entre otros aspectos, por una Política Integrada de Gestión y un Programa de gestión ambiental donde establecen sus objetivos y metas y el seguimiento de estos. Además, en la declaración ambiental que se hace de cada hotel también se señala el comportamiento ambiental de ese establecimiento con el objetivo de llevar un control de este y, así, poder incidir sobre los aspectos que más afecten al medioambiente. El comportamiento ambiental comprende, entre otras cuestiones, la reducción del consumo energético, del consumo de agua, de la generación de residuos y del consumo de materiales como el propano o el hipoclorito sódico. En esta dimensión medioambiental es necesario destacar que tienen dentro de sus certificaciones de calidad la de AENOR Gestión Ambiental UNE-EN ISO 14001 que reconoce su esfuerzo por preservar el medioambiente. En cuanto a la sostenibilidad social, en su sitio web no la tratan con tanta profundidad, por lo tanto, el único aspecto que podemos señalar es el que ellos señalan en su sitio web sobre su compromiso con UNICEF, señalado anteriormente en la tabla.

La cadena **H10**, dentro de la dimensión medioambiental, dispone de un plan estratégico medioambiental, el *Plan 10*, implementado en dos mil diez con el propósito de reducir en un 10% para el año dos mil quince el consumo de agua, energía, emisiones de CO<sub>2</sub> y la producción de residuos. En su sitio web señalan cuál es su gasto en todo este tipo de aspectos que acabamos de mencionar pero no explican detalladamente cuales son las medidas que han llevado a cabo para reducirlos. Además, en su sitio web señalan que dentro de su Sistema de Turismo Responsable disponen de un programa de Buenas Prácticas, que no hemos podido localizar. A pesar de esto, hemos podido comprobar que les ha sido otorgado por parte del el Instituto de Turismo Responsable (ITR) el galardón *Biosphere Responsible Tourism*. Esta organización independiente tiene como propósito la puesta en marcha de programas de desarrollo sostenible y acciones en la industria turística. En el ámbito social, esta cadena está comprometida con diversas causas, entre ellas, con la campaña *Check-in for Africa*, impulsada por la Fundación Guné, que consiste en aportar un euro por cada cliente

adherido. Estas contribuciones se destinan íntegramente a proyectos de desarrollo. Además, otro de sus compromisos consiste en fomentar la empleabilidad local y en adquirir productos y servicios de carácter local.

Con respecto a la cadena **HD Hotels & Resorts**, hemos de decir que abordan la sostenibilidad desde seis perspectivas que son las siguientes: la gestión de los residuos, la reducción del consumo de energía, la minimización del consumo de agua, la gestión de los vertidos, el control de los ruidos y emisiones y la selección de proveedores que sean responsables con el medio ambiente. En cuanto al ámbito social, nos hemos percatado de que no profundizan mucho en él, pero sí tienen muy en cuenta involucrar a su plantilla en el buen funcionamiento de su plan de sostenibilidad.

La cadena **Lopesan Hotels & Resorts**, refleja su compromiso con el entorno gracias a la implementación de su modelo de gestión sostenible denominado *Eco-Lopesan*, a través del cual se lleva a cabo la gestión de “las tres erres ecológicas” (Reducir, Reutilizar y Reciclar). Con la puesta en marcha de este modelo han conseguido, entre otros logros, depurar 1.700 m<sup>3</sup> de agua al día o el ahorro de 4.200 toneladas de CO<sub>2</sub> anuales. Además, han creado el proyecto *PILEV* (Punto de Información Lopesan de Energías Verdes). A través de este proyecto, se muestra en internet a tiempo real la cantidad de energía solar que genera por minuto cada uno de los hoteles que tienen instalados los parques de energía solar. Los hoteles implicados en dicho proyecto son el IFA Continental, el IFA Buenaventura, el IFA Catarina, el IFA Beach, el IFA Faro y el Lopesan Baobab. Cabe destacar dentro de esta dimensión que todos los Hoteles de la cadena Lopesan Hotels & Resorts recibieron la certificación ISO 14001 Sistemas de Gestión Ambiental por parte de la organización *Lloyd's Register Assurance*. Dentro del ámbito social, la cadena Lopesan Hotels & Resorts se compromete con diversas iniciativas, entre ellas, a través de un convenio con la fundación ONCE favorece la integración laboral de personas con discapacidad.

La cadena **Nordotel** está muy comprometida con el medioambiente y así lo refleja en cada uno de sus Informes de Sostenibilidad (redactados únicamente en español) que dispone para cada uno de sus hoteles y en su Política de sostenibilidad. En esta dimensión podemos destacar que la cadena dispone de un Sistema de Gestión Ambiental conforme a la norma ISO 14001 y, además, se esfuerza en encontrar proveedores cuyos productos y servicios cumplan con su Política de Sostenibilidad. Asimismo, dentro de la sostenibilidad ambiental es necesario añadir tanto el hotel *Family Life* Orquídea como el Revoli poseen la certificación *Gold* de *Travelife*. En cuanto a la dimensión social, hemos podido observar que es una cadena muy comprometida con la sociedad, puesto que lleva a cabo no solo diversas acciones

enfocadas a causas sociales, como por ejemplo, la donación de mobiliario al Hospital San Juan de Dios, sino también se compromete a realizar contratos laborales de acuerdo con la legislación en vigor al mismo tiempo que tiene en cuenta a la población local a la hora de contratar personal.

La cadena **Seaside Hotels** manifiesta su compromiso con la sostenibilidad desde cuatro perspectivas que son las siguientes: la gestión de los residuos, la reducción del consumo de energía, la minimización del consumo de agua y la gestión de productos químicos. En cuanto a la sostenibilidad social, tienen un fuerte compromiso con la comunidad que se refleja en su política de compra. De acuerdo con esta política los proveedores deben pasar por un riguroso proceso de selección para poder cumplir con los requisitos medioambientales de calidad de la norma ISO 9001. De esta manera, se favorece el pedido de los productos y la prevención de los residuos. Además, Seaside Hotels & Resorts también colabora con Hecansa, la escuela oficial de hotelería de las Islas Canarias, aportando experiencia profesional a los estudiantes.

En cuanto a la cadena **Servatur**, en su responsabilidad corporativa resaltan que respetan el medioambiente en el desarrollo de su actividad empresarial. Todas las medidas que llevan a cabo para mantener un comportamiento medioambiental lo sintetizan en un documento titulado *Los 50 pasos para un buen Medioambiente*. No hemos podido acceder a este documento, ya que no lo exponen en su sitio web. Aun así, hemos podido comprobar que intentan reflejar este comportamiento desde el área de Formación y Calidad, el área de Compras, el área Comercial y el área de Comunicación interna y externa. En cuanto a la dimensión social, están comprometidos con la sociedad llevando a cabo diversas acciones, un ejemplo de esto puede ser la implementación de una política activa para evitar los abusos de poder y apoyando a los trabajadores que pudieran sufrirlas.

La cadena **Sunwing S.A.** opera en Gran Canaria junto con el turoperador **Thomas Cook Norte de Europa** y ambos tienen un firme compromiso con la sostenibilidad medioambiental que se refleja en su Informe sobre los Principios a favor del Desarrollo Sostenible en el Turismo y en su Informe Medioambiental. Dentro del ámbito medioambiental, podemos resaltar su compromiso con la reducción de las emisiones de carbono y residuos en los destinos donde fijan sus hoteles, por ejemplo animando a sus clientes a que usen los contenedores para la separación de residuos localizados en distintas zonas del hotel. Además, es necesario añadir que esta cadena está muy concienciada con el ahorro de agua, tanto es así que disponen de un sistema en los grifos de las cocinas y del exterior para detener de manera automática el agua después de un cierto tiempo. Dentro del

ámbito social, disponen de un Informe de Responsabilidad Social en el que se resalta su apoyo a la Declaración de los Derechos Humanos y la Convención de los Derechos del Niño de las Naciones Unidas, además, también colaboran con otra iniciativa social que es Aldeas Infantiles.

La cadena **Dunas Hotels & Resorts**, tal y como hemos señalado anteriormente, es la única cadena que valora la dimensión ambiental y la económica conjuntamente en su sitio web. En cuanto a la dimensión medioambiental, disponen de una política ambiental, ya que la cadena opera siguiendo un riguroso Sistema Integrado de Gestión ambiental, bajo las normas internacionales de la ISO 1400. En esa política ambiental exponen que tratan de impulsar la sensibilización con el medioambiente por medio de planes de formación, concienciación y comunicación entre sus empleados, clientes y proveedores, entre otros principios. La sostenibilidad económica se aprecia en su política de Calidad, ya que la cadena trabaja bajo las normas internacionales de la ISO 9001 con el fin de obtener un alto nivel de satisfacción entre sus clientes.

De las últimas tres cadenas que solo valoran una dimensión de la sostenibilidad (medioambiental), por un lado, hemos de decir que la cadena **Paradise Hotels & Resorts** es la única que dispone de un Informe de Sostenibilidad (redactado exclusivamente en español). En este Informe, la cadena manifiesta su interés por conservar el medioambiente desde cuatro perspectivas que son las siguientes: la reducción del consumo de agua, la minimización del consumo energético, la gestión de los residuos y el ahorro del consumo de gas propano. Además, esta cadena también analiza en su informe el impacto de la actividad que ellos generan y se trazan unos objetivos para el siguiente año.

Por otro lado, hemos podido cerciorarnos de que las otras dos cadenas restantes tratan este aspecto de manera muy superficial sin profundizar demasiado en qué prácticas o medidas son las que están llevando a cabo para reducir el impacto medioambiental de sus actividades empresariales. Este es el caso de las cadenas **Morasol Hoteles** y **Princess Hotels & Resorts**. Es decir, que estas cadenas no dan una información completa y detallada de sus políticas medioambientales.

Para terminar, a modo de resumen de lo expuesto, nos gustaría presentar un diagrama en el que se representa el porcentaje de cadenas según su valoración de las dimensiones de la sostenibilidad.

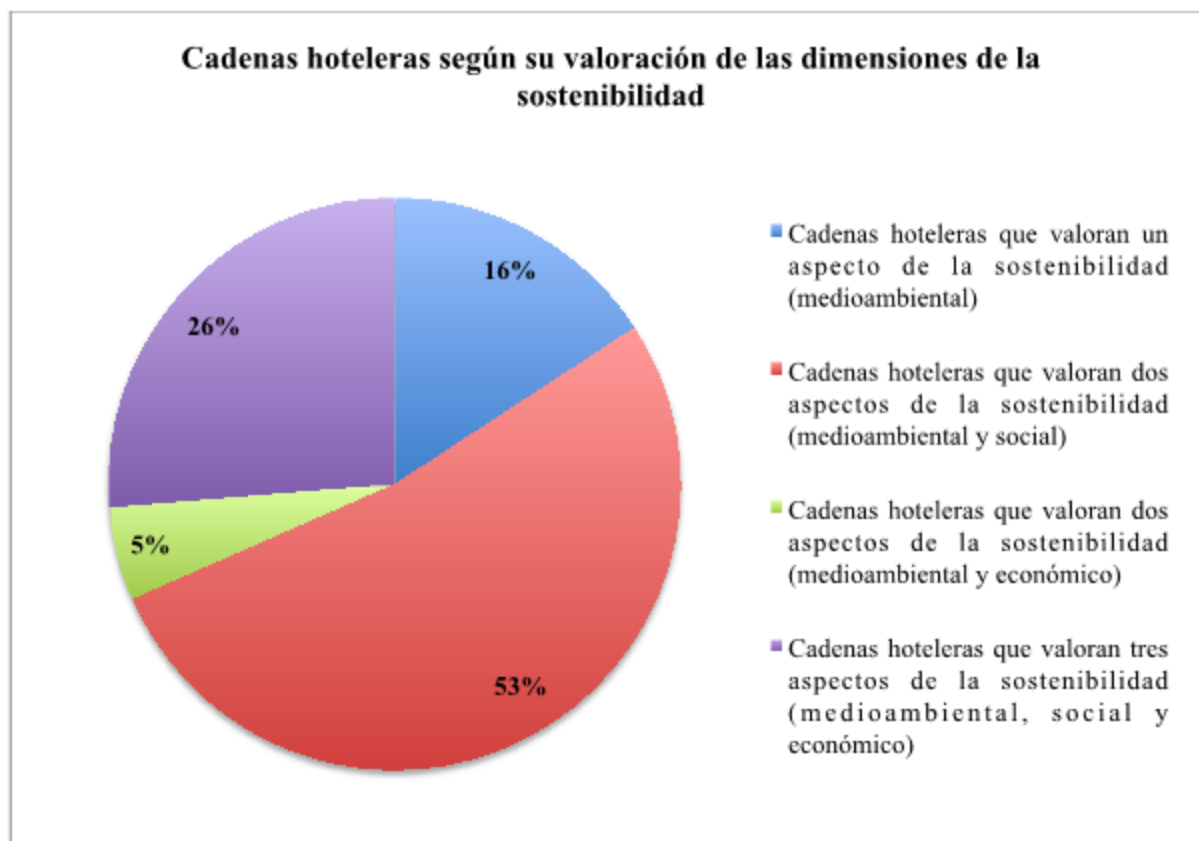


Gráfico 2: cadenas hoteleras según su valoración de las dimensiones de la sostenibilidad.

#### 4.2. Corroboración de hipótesis

A través del trabajo llevado a cabo con el corpus y su posterior análisis hemos podido llegar a corroborar o refutar las siguientes hipótesis:

1. Se ha podido corroborar la hipótesis de que todas las cadenas hoteleras no tratarán todas las dimensiones de la sostenibilidad (medioambiental, social y económica), puesto que una vez analizados los sitios web hemos podido comprobar que no todas las cadenas hoteleras valoran todos los aspectos.
2. No se ha podido corroborar la hipótesis de que todas las cadenas hoteleras tratarán con la misma profundidad los factores de sostenibilidad, puesto que no todas dan la misma importancia a las tres dimensiones de la sostenibilidad.
3. No se ha podido corroborar la hipótesis de que la sostenibilidad social es el aspecto menos desarrollado por las cadenas hoteleras puesto que, después de analizar los sitios web, hemos podido constatar que la dimensión menos valorada por las cadenas hoteleras ha sido la económica.
4. Hemos podido corroborar la hipótesis de que la sostenibilidad medioambiental será la que tenga mayor presencia en los sitios web de las cadenas hoteleras, puesto que

constituye una de las problemáticas actuales en la industria turística y se está observando una tendencia de las cadenas hoteleras hacia el desarrollo sostenible de sus establecimientos.

5. Hemos podido corroborar la hipótesis de que solo algunas cadenas hoteleras que valoran la sostenibilidad económica aportarán sus datos financieros, ya que no todas las cadenas hoteleras han decidido ser transparentes en este aspecto.
6. Hemos podido corroborar la hipótesis de que ninguna de las cadenas hoteleras que valoran la sostenibilidad económica reflejan el salario de sus empleados, ya que han decidido no ser transparentes en este aspecto.
7. No hemos podido corroborar la hipótesis de que los factores de sostenibilidad están directamente relacionados con la imagen corporativa de las cadenas hoteleras, ya que las cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que no valoran la sostenibilidad enfocan su imagen corporativa a otros aspectos que no son la sostenibilidad.



## **5. Conclusiones generales**



## **5. Conclusiones generales**

Una vez realizado el análisis, para el cual hemos tenido que recurrir a todos los sitios web y documentos digitales sobre cada una de las cadenas hoteleras citadas en la bibliografía, hemos presentado los resultados que nos permiten, por un lado, concluir que todas las cadenas hoteleras analizadas tratan la dimensión medioambiental de la sostenibilidad en sus sitios web o documentos digitales.

Por otro lado, hemos podido constatar que con respecto a la dimensión medioambiental, todas las cadenas hoteleras tratan, fundamentalmente, la gestión de residuos, la minimización del consumo energético y la reducción del consumo de agua. Además, algunas cadenas, aparte de estos aspectos, también coinciden en añadir la formación o concienciación medioambiental entre sus empleados, proveedores o clientes. Esto nos permite concluir que, por normal general, las cadenas hoteleras, dentro del ámbito medioambiental, tienen como propósito fundamental reducir el impacto negativo que sus acciones empresariales causan al entorno.

Asimismo, hemos podido comprobar que no todas las cadenas hoteleras tratan la sostenibilidad social con la misma profundidad. Sin embargo, en aquellas que sí la tratan con profundidad, hemos observado una tendencia a llevar a cabo iniciativas enfocadas, fundamentalmente, a la defensa de los derechos humanos, pero también al bienestar y desarrollo social, por ejemplo, mediante programas de inserción laboral o a través de la ayuda a segmentos de la población más desfavorecidos.

Con respecto a las cadenas hoteleras que valoran la sostenibilidad económica, hemos podido constatar que algunas de ellas no publican sus datos financieros, sino que abordan este tipo de sostenibilidad incluyendo en sus sitios web sus políticas de calidad. Por lo tanto, esto nos permite concluir que no todas las cadenas hoteleras que valoran la sostenibilidad económica son transparentes en cuanto a sus datos económicos anuales. Un ejemplo de esto pueden ser los beneficios que han obtenido. Asimismo, de las cadenas hoteleras analizadas que valoran la sostenibilidad económica y que aportan sus datos financieros, ninguna incluye el salario que reciben sus empleados dependiendo del cargo que ocupen en la empresa. Esto nos permite concluir que las cadenas hoteleras quizá no revelen esta información porque no les favorece de cara a sus competidores.

En relación con las cadenas que solo valoran un aspecto de la sostenibilidad (el medioambiental), hemos podido comprobar que tratan esta dimensión muy superficialmente en sus sitios web. Sin embargo, a medida que las cadenas pasan de valorar un aspecto a dos y tres aumenta la profusión de datos o la cantidad de medidas que se toman al respecto.

También cabe señalar que hemos podido constatar que los hoteles de las cadenas hoteleras que valoran los tres aspectos de la sostenibilidad están categorizados entre tres y cinco estrellas; las cadenas hoteleras que valoran dos dimensiones de la sostenibilidad están categorizados entre tres y cinco estrellas o cinco estrellas Gran Lujo; y, las cadenas hoteleras que valoran un aspecto de la sostenibilidad están categorizados entre tres y cuatro estrellas. Este hecho nos permite concluir que no existe una relación directa entre la categoría del hotel y su relación con la sostenibilidad, es decir, que no influye la categoría que tengan los hoteles de las cadenas presentes en el sur de la isla de Gran Canaria con su valoración sobre la sostenibilidad.

Se debe agregar que hemos podido comprobar que algunas cadenas (Barceló Hotels & Resorts, Be Cordial Hotels & Resorts, Gloria Thalasso & Resorts, Nordotel y Paradise Hotels & Resorts) no tienen redactados algunos de sus informes en inglés sino que están únicamente en español. Por este motivo, podemos concluir que proporcionan una información muy limitada sobre sostenibilidad al mercado internacional.

Por otro lado, después de haber visitado todos los sitios web de las cadenas hoteleras que valoran la sostenibilidad hemos podido percatarnos de que cada una ellas desarrolla su imagen corporativa de diferente manera mediante los colores, la grafía o los símbolos presentes en este tipo de documentos. Por ejemplo, la cadena Be Cordial Hotels & Resorts manifiesta en su sitio web, mediante imágenes animadas de distintos colores, su compromiso con la sostenibilidad medioambiental empleando el color verde en el fondo de esa imagen animada, una imagen en fondo azul que representa su consumo de agua, una imagen en fondo naranja que manifiesta su consumo de energía, una imagen en fondo rojo que representa su compromiso con la sociedad y una imagen en fondo marrón que simboliza su compromiso con la historia y el patrimonio de Canarias. Otro ejemplo puede ser el de la cadena Meliá Hotels International que refleja su compromiso con el medio ambiente a través de un recuadro, en este caso, ubicado en la parte superior derecha del apartado de sostenibilidad donde se aporta información con las letras en color verde, lo que nos remite a la naturaleza, sobre su huella de carbono. Otras dos cadenas que nos gustaría ejemplificar son Princess Hotels and Resorts y Lopesan Hotels & Resorts, ya que manifiestan su compromiso medioambiental mediante un símbolo. En el caso de Princess Hotels and Resorts, aparece en la parte inferior del sitio web y se trata del símbolo de *Nature Friendly Billing. Go paperless*, con el que reflejan su compromiso de eliminar el empleo de papel en sus transacciones. El compromiso con el medioambiente en el caso de Lopesan Hotels & Resorts se manifiesta mediante un símbolo de color verde de su modelo de gestión sostenible *ECO Lopesan* y a

través de la imagen del torso de un hombre vestido con un traje introduciendo una hoja verde en su bolsillo superior izquierdo. Finalmente, hay cadenas hoteleras que reflejan su imagen corporativa por medio de los galardones que reciben. Uno de los casos que podemos destacar es el de Starwood Hotels and Resorts que plasma su responsabilidad medioambiental gracias a su medalla de oro del *Proyecto Icarus* otorgado por la Asociación de Viajes de Negocios Internacionales. Este premio reconoce a las empresas que están adoptando medidas para impulsar la sostenibilidad dentro del sector de los viajes.

En definitiva, podemos concluir que es evidente que las cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria se están esforzando en su compromiso con la sostenibilidad. Todavía queda mucho por hacer y aún quedan muchas entidades que se deberían involucrar en este ámbito para que Gran Canaria llegue a ser un destino sostenible. Por un lado, uno de los ámbitos que debería tener más presencia es la Administración pública, por ejemplo, promoviendo la concesión de galardones a las cadenas hoteleras que abogan por la sostenibilidad junto con ayudas para poder seguir fomentando la responsabilidad con el medioambiente e invirtiendo en acciones que sean sostenibles. Otro caso podría ser la potenciación de una política medioambiental que recoja una serie de medidas que las cadenas hoteleras deben cumplir a largo plazo para reducir el impacto negativo de sus actividades empresariales. Estas medidas deberían estar enfocadas a todas las cadenas hoteleras, pero en especial a aquellas que no contemplan la sostenibilidad en sus prácticas empresariales. Otra manera de impulsar la sostenibilidad es que la Administración pública certifique una serie de reconocimientos, dependiendo de las prácticas sostenibles que realicen las cadenas hoteleras y a partir de una serie de inspecciones llevadas a cabo por funcionarios medioambientales. Por otro lado, las cadenas hoteleras que ya están valorando la sostenibilidad y llevando a cabo prácticas sostenibles deberían seguir manteniendo esos niveles pero sin dejar de indagar en soluciones a partir de la innovación y las nuevas tecnologías que hagan disminuir el impacto negativo sobre el medioambiente. Además, aquellas cadenas que no valoran la sostenibilidad deberían concienciarse de este hecho e impulsar, de manera interna las acciones encaminadas al logro de la sostenibilidad en todos sus diferentes apartados. Asimismo, las cadenas hoteleras podrían unificar criterios para lograr la consecución de una metodología que identifique y cuantifique los impactos negativos de las actividades empresariales para desde ahí poder actuar de manera responsable.

Según Archondo y Ruiz (2016) la llegada de turistas a España ha aumentado en un 30% durante los últimos seis años debido a los conflictos geopolíticos localizados en los mercados competidores. Esto ha beneficiado a la economía del país y ha permitido la creación

de empleo. Una de las Comunidades Autónomas que se ha visto más favorecida es Canarias con nada menos que un 56% de crecimiento en el número de pernoctaciones de turistas no residentes. Por ello, en definitiva, podemos concluir que Canarias debería aprovechar esta evolución positiva de la actividad turística e intentar que los visitantes extranjeros sean leales al destino y vuelvan a repetir sus vacaciones en él. Esto es, tratar de fidelizar a los turistas teniendo en cuenta como valor la apuesta por la sostenibilidad por parte de las empresas tanto públicas como privadas en todos los aspectos de su actividad, con el fin de conseguir llegar a ser un destino turístico sostenible.

## **6. Bibliografía**





## 6. Bibliografía

- Aguiar Quintana, T. y Batista Canino, R.M. (2015). *Casos de éxito turístico en Canarias*. Madrid: Síntesis.
- Agustín, A. y Derqui, B. (2014). *¿Qué narices es esto de la sostenibilidad?: Descubriendo nuevas oportunidades de negocio para el gran consumo*. Barcelona: Profit.
- Archondo I. Y Ruiz J. (2016). *¿Afectan las tensiones geopolíticas en mercados competidores al turismo español?* Recuperado el 10 de noviembre de 2016, de [https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2016/11/Observatorio-Turismo-y-tensiones-geopoliticas\\_maql.pdf](https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2016/11/Observatorio-Turismo-y-tensiones-geopoliticas_maql.pdf)
- Artaraz, M. (2002). Teoría de las tres dimensiones del desarrollo sostenible. *Ecosistemas*, 2. Recuperado el 26 de octubre de 2016 de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/9827/1/ECO\\_11\(2\)\\_22.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/9827/1/ECO_11(2)_22.pdf)
- Ayuso Siart, S. (2003). *Gestión sostenible en la Industria turística: retórica y práctica en el sector hotelero español*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado el 2 de septiembre de 2016, de <http://www.tdx.cat/handle/10803/4954>
- Barceló Hotels & Resorts (2015). *Annual Report 2015*. Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de [https://www.barcelo.com/BarceloGroup/en\\_GB/Images/memoria-anual-2015-barcelo-corporacion-empresarial-4-en31-204624.pdf](https://www.barcelo.com/BarceloGroup/en_GB/Images/memoria-anual-2015-barcelo-corporacion-empresarial-4-en31-204624.pdf)
- Barceló Hotels & Resorts (2015). *Barceló Group in figures*. Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de <http://www.barcelogrupo.com/en/?section=barcelo-cifras>
- Barceló Hotels & Resorts (2013). Código Ético del Grupo Barceló. Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de <http://www.barcelogrupo.com/wp-content/uploads/2016/05/codigo-etico-grupo-barcelo-201337-166592.pdf>
- Barceló Hotels & Resorts (s.f.). *Environmental and sustainability programmes*. Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de [http://www.barcelo.com/BarceloGroup/en\\_GB/corporate-information/medioambiente-gestion-sostenible.aspx](http://www.barcelo.com/BarceloGroup/en_GB/corporate-information/medioambiente-gestion-sostenible.aspx)
- Barceló Hotels & Resorts (s.f.). *Group Philosophy and Values*. Recuperado el 17 de septiembre de 2016, de <http://www.barcelogrupo.com/en/?section=filosofia>
- Barceló Hotels & Resorts (s.f.). La diferencia Barceló. Un paso por delante. Un paso adelante. Recuperado el 16 de septiembre de 2016, de [https://www.barcelo.com/BarceloHotels/es\\_ES/Images/Book%202012\\_esp37-81204.pdf](https://www.barcelo.com/BarceloHotels/es_ES/Images/Book%202012_esp37-81204.pdf)
- Barceló Hotels & Resorts (s.f.). Why Barceló?. Recuperado el 17 de septiembre de 2016, de [https://www.barcelo.com/BarceloHotels/fr\\_FR/Images/Book%202012\\_ing22-81205.pdf](https://www.barcelo.com/BarceloHotels/fr_FR/Images/Book%202012_ing22-81205.pdf)
- Bosch Camprubí, R., Pujol Marco, L., Serra Cabado, J. Y Vallespinós Riera, F. (2001). *Turismo y medio ambiente*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.
- Cámara de Comercio de Santiago, Fondo Social Europeo y Fundación Biodiversidad (s.f.). *Buenas prácticas ambientales en el sector hotelero*. Recuperado el 10 de agosto de 2016, de <http://www.camaracompostela.com/mambiente/str.pdf>
- Campillo Lorenzo, R. y Peral, D. (2006). *El método científico aplicado a la comunicación empresarial e institucional*. Cáceres: Universidad de Extremadura. Recuperado el 18 de octubre, de <https://eleklektiko.files.wordpress.com/2008/09/el-metodo-cientifico.pdf>
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Recuperado el 5 de septiembre de

- 2016, de <http://www.igualdadenaempresa.es/enlaces/webgrafia/docs/fomentar-un-marco-europeo-para-la-responsabilidad-social-de-las-empresas-2001.pdf>
- Be Cordial Hotels & Resorts (2016). *Informe Sostenibilidad 2016*. Recuperado el 2 de octubre de [http://www.becordial.com/uploads/microweb/pdf/Informe\\_Sostenibilidad\\_Hotel\\_Cordial\\_Mogan\\_Playa\\_2016-1.pdf](http://www.becordial.com/uploads/microweb/pdf/Informe_Sostenibilidad_Hotel_Cordial_Mogan_Playa_2016-1.pdf)
- Be Cordial Hotels & Resorts (2014). *Sustainable Tourism*. Recuperado el 2 de octubre de 2016, de <http://www.becordial.com/microweb/descripcion/29/turismo-sostenible>
- Domínguez Mujica, J. (2008). El modelo turístico de Canarias. *Études Caribéennes*, 9-10. Recuperado el 20 de agosto, de <https://etudescaribeennes.revues.org/1082#text>
- EcoInteligencia (2014). *El desarrollo sostenible: orígenes*. Recuperado el 7 de octubre de 2016, de <http://www.ecointeligencia.com/2014/04/desarrollo-sostenible-origenes/#lightbox/2/>
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone.
- Fernández García, R. (2011). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. Alicante: Club Universitario. Recuperado el 8 de octubre, de <http://www.editorial-club-universitario.es/pdf/4494.pdf>
- García Del Junco, J., Palacios Florencio, B. y Espasadín Bustelo, F. (2014). *Manual práctico de responsabilidad social corporativa. Gestión, diagnóstico e impacto de la empresa*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- García Guardia, M.L. y Llorente Barroso C. (2009). La Responsabilidad Social Corporativa. Una estrategia para conseguir imagen y reputación. *Icono 14*, 13, 95-124. Recuperado el 6 de noviembre, de <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/319/196>
- Gloria Thalasso & Hotels (s.f.). *About us*. Recuperado el 12 de octubre de 2016, de <http://www.gloriapalaceth.com/en/about-us/>
- Gloria Thalasso & Resorts (2014). *Declaración Ambiental Tourin Europeo S.A. Gloria Palace Amadores Thalasso & Hotel Septiembre-Diciembre 2014*. Recuperado el 12 de octubre de 2016, de <http://www.gloriapalaceth.com/files/Declaracion-Medioambiental-Verificada-Amadores.pdf>
- Gloria Thalasso & Resorts (2014). *Declaración Ambiental Tourin Europeo S.A. Hotel Gloria Royal Enero-Diciembre 2014*. Recuperado el 12 de octubre de 2016, de <http://www.gloriapalaceth.com/files/Declaracion-Medioambiental-Verificada-Royal.pdf>
- Gloria Thalasso & Resorts (2014). *Declaración Ambiental Tourin Europeo S.A. Gloria Palace San Agustín Thalasso & Hotel Enero 2014-Diciembre 2014*. Recuperado el 12 de octubre de 2016, de <http://www.gloriapalaceth.com/files/Declaracion-Medioambiental-Verificada-San-Agustin.pdf>
- Gloria Thalasso & Hotels (s.f.). *Environmental statement*. Recuperado el 12 de octubre de 2016, de <http://www.gloriapalaceth.com/en/environmental-statement/>
- Gonçalves Gândara, J.M., Fraiz Brea, J.A. y Alén González, M.E. (2007). *Hoteles sostenibles para destinos sostenibles. La calidad hotelera como instrumento para la sostenibilidad*. Recuperado el 18 de noviembre de 2016, de <http://www.obsturpr.ufpr.br/artigos/hotelaria08.pdf>
- H10 Hotels & Resorts (s.f.). *Environment*. Recuperado el 9 de noviembre de 2016, de <https://www.h10hotels.com/en/company/environment>
- HD Hotels & Resorts (s.f.). *Sustainability*. Recuperado el 6 de noviembre de 2016, de <https://www.hdhotels.com/en/sustainability-corporate-social-responsibility/>

- Dunas Hotels & Resorts (2015). *Quality Assurance and Environmental Policy*. Recuperado el 19 de noviembre de 2016, de <http://www.hotelesdunas.com/en/quality-and-environmental-policy/>
- Kelejyan, Z. (2011). *La sostenibilidad en el ámbito del turismo y una correcta planificación y desarrollo sostenible en los destinos turísticos. El ejemplo de España*. Gandía: Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado el 4 de noviembre de 2016, de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/13860/tfc%20Zhenya%20Kelejyan.%20p%20df?sequence=1&isAllowed=y>
- La Sociedad Internacional De Ecoturismo (2004). *Una guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo*. Recuperado el 8 de septiembre de 2016, de [http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Manual\\_No\\_1.pdf](http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Manual_No_1.pdf)
- Lopesan Hotels & Resorts (s.f.). *Information Point – Last week data*. Recuperado el 25 de octubre de 2016, de <http://pilve.iusiani.ulpgc.es/PILEV1.1-war/indexEN.jsp>
- Lopesan Hotels & Resorts (2013). *Lopesan Hotel Group has reduced his energy consumption by more than 30% in the last 4 years, thanks to its environmental investment*. Recuperado el 25 de octubre de 2016 de <http://m.lopesan.com/en/news/lopesan-hotel-%20group-has-reduced-%20his-%20energy-%20consumption-by-more-than-30-in-the-last-%204-years-thanks-to-its-%20environmental--%20investment-20130605-173.html>
- Lopesan Hotels & Resorts (s.f.). PILEV: Lopesan information point about Green energies. Recuperado el 25 de octubre de 2016, de <http://www.lopesan.com/en/project-pilev.html>
- Martín Martín, V. O. (2006). *El turismo sostenible en las Islas Canarias: situación actual y perspectivas futuras*. Universidad de la Laguna. Recuperado el 11 de septiembre de 2016 de <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/biotur/biotur.pdf>
- Meliá Hotels International (2015). *Annual Report 2015*. Recuperado el 7 de septiembre de 2016, de [http://www.meliahotelsinternational.com/sites/default/files/informes-financieros/annual\\_report\\_2015\\_en.pdf](http://www.meliahotelsinternational.com/sites/default/files/informes-financieros/annual_report_2015_en.pdf)
- Meliá Hotels International (s.f.). *Sustainability at Meliá Hotels International*. Recuperado el 10 de septiembre de 2016, de <http://www.meliahotelsinternational.com/en/corporate-responsibility>
- Morasol Hoteles (s.f.). *Morasol Hoteles*. Recuperado el 5 de noviembre de 2016, de <http://www.morasolhoteles.es/en/>
- Nordotel (2015). *Informe de Sostenibilidad. Hotel Orquídea. Período 2015-2016*. Recuperado el 6 de noviembre, de <http://www.nordotel.com/idb/336/img/Informe%20de%20Sostenibilidad-Orquidea.pdf>
- Nordotel (2015). *Informe de Sostenibilidad. Hotel Revoli. Período 2015-2016*. Recuperado el 6 de noviembre de 2016, de <http://www.nordotel.com/idb/336/img/Informe%20de%20Sostenibilidad-Revoli.pdf>
- Nordotel (2014). *Nuestra Política de Sostenibilidad*. Recuperado del 6 de noviembre, de [http://www.nordotel.com/idb/336/img/politicas%20\\_124224.pdf](http://www.nordotel.com/idb/336/img/politicas%20_124224.pdf)
- Olcese, A., Rodríguez, M.A. y Alfaro, J. (2008). *Manual de la empresa responsable y sostenible. Conceptos, ejemplos y herramientas de la Responsabilidad Social Corporativa o de la empresa*. Madrid: McGraw-Hill/ Interamericana de España, S.A.U.
- Organización Mundial Del Turismo (1991). *Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo*. Ottawa. Recuperado el 19 de septiembre de 2016, de [www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/download/219/186](http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/download/219/186)

- Orjuela Córdoba, S. (2011). La comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa. *Correspondencia & Análisis*, 1, 137-156. Recuperado el 19 de septiembre de 2016, de [http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/rp/comunicacion\\_gestion.pdf](http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/rp/comunicacion_gestion.pdf)
- Paradise Hotels & Resorts (2014). *Informe de Sostenibilidad Hotel Lago Taurito 2014 "Paradise H&R"*. Recuperado el 4 de noviembre de 2016, de <http://www.paradisehotels.es/files/INFORME-DE-SOSTENIBILIDAD-20141.pdf>
- Parreño Castellano, J. M. (2008). Turismo sostenible y diversificación de la oferta en las Islas Canarias (España). *Études caribéennes*, 9-10, 291-320. Recuperado el 23 de septiembre de 2016, de <https://etudescaribeennes.revues.org/1343>
- Patronato de Turismo (2016). *Hoteles de Gran Canaria*. Recuperado el 10 de marzo de 2016, de [http://www.grancanaria.com/patronato\\_turismo/fileadmin/PDF/alojamientos/hoteles\\_gran\\_canaria.pdf](http://www.grancanaria.com/patronato_turismo/fileadmin/PDF/alojamientos/hoteles_gran_canaria.pdf)
- Patronato de Turismo de Gran Canaria (2015). *Estadísticas Turísticas por zonas Gran Canaria 2015*. Recuperado el 21 de octubre, de [http://www.grancanaria.com/patronato\\_turismo/typo3conf/ext/naw\\_securedl/secure.php?u=0&file=fileadmin/PDF/informes/zonas/IUD\\_GRANCANARIA15.pdf&t=1480516439&hash=e87f665d003b96c2366d5b805c8019e9](http://www.grancanaria.com/patronato_turismo/typo3conf/ext/naw_securedl/secure.php?u=0&file=fileadmin/PDF/informes/zonas/IUD_GRANCANARIA15.pdf&t=1480516439&hash=e87f665d003b96c2366d5b805c8019e9)
- Pintado Blanco, T. y Sánchez Herrera, J. (2013). *Imagen corporativa. Influencia en la gestión empresarial*. Madrid: Esic.
- Prats Pazuelo, Fernando (2007). Sostenibilidad y turismo, una simbiosis imprescindible. *Estudios turísticos*, 13-62. Recuperado el 23 de octubre de 2016, de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-172-173-2007-pag13-62-101045.pdf>
- Princess Hotels & Resorts (s.f.). *About Princess Hotels & Resorts*. Recuperado el 9 de octubre de 2016, de <http://www.princess-hotels.com/en/about-princess-hotels-resorts.html>
- Radisson Blu (s.f.). *Responsible Business*. Recuperado el 14 de octubre de 2016, de <https://www.radissonblu.com/en/responsible-business>
- Radisson Blu (s.f.). *Responsible Business*. Recuperado el 14 de octubre de 2016, de <https://www.radissonblu.com/en/resort-grancanaria/responsible-business>
- Radisson Blu (s.f.). *Responsible Business. Really Responsible Blu Business*. Recuperado el 14 de octubre de 2016, de <https://www.radissonblu.com/en/meetings/responsible-business>
- Radisson Blu (s.f.). *Sustainability Report*. Recuperado de <http://www.rezidor.com/phoenix.zhtml?c=205430&p=respsustainabilityreports>
- Riechmann, J., Naredo, J.M., Bermejo, R., Estevan, A. (1995). *De la economía a la ecología*. Fundación 1º de Mayo en Rodríguez Cárdenas, L. y Pérez Báez, S.O. (2010). El desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa en las empresas. *Vector Plus*, 35-42. Recuperado el 2 de noviembre de 2016, de [http://acceda.ulpgc.es/xmlui/bitstream/10553/6338/1/0231633\\_00035\\_0001.pdf](http://acceda.ulpgc.es/xmlui/bitstream/10553/6338/1/0231633_00035_0001.pdf)
- Riu Hotels & Resorts (s.f.). *Achievements 2014. Corporate Social Responsibility*. Recuperado el 19 de octubre de 2016, de [http://www.riu.com/en/binaris/2015\\_INFORME-Sostenibilidad-EN\\_tcm55-141920.pdf](http://www.riu.com/en/binaris/2015_INFORME-Sostenibilidad-EN_tcm55-141920.pdf)
- Riu Hotels & Resorts (s.f.). *Environmental Policy*. Recuperado el 20 de octubre de 2016, de [http://www.riu.com/en/binaris/ENVIRONMENTAL%20POLICY%20EN\\_tcm55-126005.pdf](http://www.riu.com/en/binaris/ENVIRONMENTAL%20POLICY%20EN_tcm55-126005.pdf)

- Riu Hotels & Resorts (s.f.). *Human Resources. Annual Report Of Indicators 2013/2014*. Recuperado el 20 de octubre de 2016, de [http://www.riu.com/en/binaris/2015\\_INFORME-RRHH-EN\\_tcm55-141921.pdf](http://www.riu.com/en/binaris/2015_INFORME-RRHH-EN_tcm55-141921.pdf)
- Riu Hotels & Resorts (s.f.). *Human Resources Policy*. Recuperado el 21 de octubre de 2016, de [http://www.riu.com/en/binaris/HUMAN%20RESOURCES%20POLICY%20EN\\_tcm55-126006.pdf](http://www.riu.com/en/binaris/HUMAN%20RESOURCES%20POLICY%20EN_tcm55-126006.pdf)
- Riu Hotels & Resorts (s.f.). *Our Commitments*. Recuperado el 22 de octubre de 2016, de [http://www.riu.com/en/binaris/Poster%20Our%20Commitments%20ING%20ESP\\_tcm55-126004.pdf](http://www.riu.com/en/binaris/Poster%20Our%20Commitments%20ING%20ESP_tcm55-126004.pdf)
- Riu Hotels & Resorts (s.f.). *Quality Policy*. Recuperado el 22 de octubre de 2016, de [http://www.riu.com/en/binaris/2014\\_Quality\\_policy\\_EN\\_tcm55-129995.pdf](http://www.riu.com/en/binaris/2014_Quality_policy_EN_tcm55-129995.pdf)
- Riu Hotels & Resorts (2016). *Sustainability*. Recuperado el 23 de octubre de 2016, de <http://www.riu.com/en/sustainability/home.jsp>
- Riversun Touristic (s.f.) . *Annual Report on Human Resources*. Recuperado el 27 de octubre de 2016 de [http://riversun-touristic.com/english/hotel\\_riosol\\_en/pdf/annual%20report%20on%20human%20resources.pdf](http://riversun-touristic.com/english/hotel_riosol_en/pdf/annual%20report%20on%20human%20resources.pdf)
- Riversun Touristic (2015). *Annual Sustainability Report*. Recuperado el 27 de octubre de 2016, de [http://riversun-touristic.com/english/hotel\\_riosol\\_en/pdf/Annual%20Sustainability%20Report.pdf](http://riversun-touristic.com/english/hotel_riosol_en/pdf/Annual%20Sustainability%20Report.pdf)
- Riversun Touristic (s.f.). *Environmental Policy*. Recuperado el 28 de octubre de 2016, de [http://riversun-touristic.com/english/hotel\\_riosol\\_en/pdf/sustainability/Environmental%20Policy.pdf](http://riversun-touristic.com/english/hotel_riosol_en/pdf/sustainability/Environmental%20Policy.pdf)
- Riversun Touristic (s.f.). *Purchasing Policy*. Recuperado el 28 de octubre de 2016, de [http://riversun-touristic.com/english/hotel\\_riosol\\_en/pdf/sustainability/Purchasing%20Policy.pdf](http://riversun-touristic.com/english/hotel_riosol_en/pdf/sustainability/Purchasing%20Policy.pdf)
- Riversun Touristic (s.f.). *Sustainability and Environment*. Recuperado el 29 de octubre de 2016, de [http://riversun-touristic.com/english/hotel\\_riosol\\_en/sostenibilidad.html](http://riversun-touristic.com/english/hotel_riosol_en/sostenibilidad.html)
- Riversun Touristic. *Sustainable Environmental Policy*. Recuperado el 29 de octubre de 2016, de [http://www.riversun-touristic.com/english/hotel\\_riosol\\_en/SUSTAINABLE%20ENVIRONMENTAL%20POLICY.pdf](http://www.riversun-touristic.com/english/hotel_riosol_en/SUSTAINABLE%20ENVIRONMENTAL%20POLICY.pdf)
- Rodríguez Fernández, J.M. (2005). La responsabilidad social corporativa: otro modelo de empresa y de evaluación de resultados. Armonización y gobierno de la diversidad. Oviedo: *XIII Congreso AECA*, en Puentes Poyatos, R., Antequera Solís, J.M. y Velasco Gámez, M. D. M. (2008). *La responsabilidad social corporativa y su importancia en el espacio europeo de educación superior*. Jaen: Departamento de Administración y Dirección de Empresas, Contabilidad y Sociología. Recuperado el 30 de septiembre de 2016, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2740076>
- Roser Hernández, I. (2005). *Guía de la responsabilidad social corporativa para las pymes*. Recuperado el 28 de septiembre de 2016, de <https://www.ifef.es/portalemplo/pdf/rsocial/documentacion/observatoriorsc-guiapymes1.pdf>
- Santamarta, J. (2000). Turismo y medio ambiente. *World Watch*, 52-55. Recuperado el 18 de septiembre de 2016, de <http://www.nodo50.org/worldwatch/ww/pdf/turismo.pdf>
- Seaside Hotels & Resorts. Seaside Hotels S.L. *Sustainability Policy*. Recuperado el 15 de noviembre de 2016, de <http://www.grand-hotel-residencia.co.uk/sustainability-policy>

- Seaside Hotels & Resorts. Seaside Hotels S.L. *Sustainability Policy*. Recuperado el 15 de noviembre de 2016, de <http://www.hotel-palm-beach.co.uk/sustainability-policy>
- Seaside Hotels & Resorts. Seaside Hotels S.L. *Sustainability Policy*. Recuperado el 15 de noviembre de 2016, de <http://www.hotel-sandy-beach.co.uk/sustainability-policy>
- Seaside Hotels & Resorts. Travelife Gold & TUI Environment Champion. Recuperado el 16 de noviembre de 2016, de <http://www.seaside-hotels.com/en/home/seaside-sostenibilidad.html>
- Secretariado de la Red de Autoridades Ambientales (2001). *Hacia un turismo sostenible. Cómo integrar el medio ambiente en el sector turístico*. Recuperado el 14 de octubre de 2016, de <http://www.datosdelanzarote.com/uploads/doc/2007090213283212turismo.pdf>
- Servatur. *Social Responsibility of Servatur*. Recuperado el 4 de noviembre de 2016, de <http://www.servaturhotels.com/en/Social-Responsability-of-Servatur>
- Starwood Hotels & Resorts (2015). *2015 Annual Report and Form 10K*. Recuperado el 5 de noviembre de 2016, de [https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/316206/000156459016013371/hot-10k\\_20151231.htm](https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/316206/000156459016013371/hot-10k_20151231.htm)
- Starwood Hotels & Resorts. *Environmental Sustainability Policy*. Recuperado el 6 de noviembre de 2016, de [http://www.starwoodhotels.com/corporate/about/citizenship/esp.html?&language=en\\_US&localeCode=en\\_US](http://www.starwoodhotels.com/corporate/about/citizenship/esp.html?&language=en_US&localeCode=en_US)
- Starwood Hotels & Resorts (2015). *Global Citizenship at Starwood. 2015 Update and Global Reporting Initiative (GRI) Index*. Recuperado el 6 de noviembre de 2016, de [http://www.starwoodhotels.com/Media/PDF/Corporate/2015\\_Global\\_Citizenship\\_Report.pdf](http://www.starwoodhotels.com/Media/PDF/Corporate/2015_Global_Citizenship_Report.pdf)
- Starwood Hotels & Resorts (2015). *Starwood Hotels & Resorts Worldwide, INC. Human Rights Policy Statement. Policy Issued: December 2015*. Recuperado el 7 de noviembre de 2016, de [http://www.starwoodhotels.com/Media/PDF/Corporate/Starwood\\_Human\\_Rights\\_Policy\\_Statement\\_Final\\_12.15.pdf](http://www.starwoodhotels.com/Media/PDF/Corporate/Starwood_Human_Rights_Policy_Statement_Final_12.15.pdf)
- Starwood Hotels & Resorts (s.f.). *Human Trafficking Position Statement*. Recuperado el 7 de noviembre de 2016, de [http://www.starwoodhotels.com/corporate/about/citizenship/policies.html?&language=en\\_US&localeCode=en\\_US](http://www.starwoodhotels.com/corporate/about/citizenship/policies.html?&language=en_US&localeCode=en_US)
- Sunwing S.A. (s.f.). *Environmental Report 2015/2016*. Recuperado el 10 de noviembre, de <https://arguineguin.sunwing.net/media/875544/environmental-report-2015-2016.pdf>
- Sunwing S.A. (s.f.). *Principles for Sustainable Development in Tourism*. Recuperado el 10 de noviembre, de [https://arguineguin.sunwing.net/media/874553/sustainable\\_development.pdf](https://arguineguin.sunwing.net/media/874553/sustainable_development.pdf)
- Sunwing S.A. (s.f.). *Social Responsibility*. Recuperado el 10 de noviembre, de [https://arguineguin.sunwing.net/media/874552/social\\_responsibility.pdf](https://arguineguin.sunwing.net/media/874552/social_responsibility.pdf)
- Tapia, G. (2016). *Turismo sostenible. Introducción y marco financiero*. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://econ.uba.ar/www/institutos/cma/Publicaciones/revistas/RIMFV011/TURISMO%20SOSTENIBLE.pdf>
- Villafañe, J. (2011). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Villafañe, J. (2008). *Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid: Ediciones Pirámide.



## **7. Apéndice**



## 7. Apéndice

### Anexo I: hoteles presentes en el sur de la isla de Gran Canaria por tipo de empresa.

Hoteles presentes en el sur de la isla de Gran Canaria por tipo de empresa						
Nombre	Municipio	Población	Categoría	Unidades	Plazas	Tipo de empresa
ALTAMADORES	Mogán	Barranco de Amadores	4 estrellas	90	180	Cadena Altamar Hotels & Resorts
ALTAMAR	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas	257	638	Cadena Altamar Hotels & Resorts
ANAMAR SUITES	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	2 estrellas	128	256	Cadena THE Hoteles
ANFI EMERALD CLUB	Mogán	Arguineguín	4 estrellas	119	337	Cadena Grupo Anfi
BARCELÓ MARGARITAS	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	323	614	Cadena Barceló Hotels & Resorts
BEVERLEY PARK	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	497	937	Cadena Maspalomas Hoteles
BOHEMIA SUITES & SPA	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	5 estrellas	67	134	Hotel independiente (Pertenece a una persona particular)
CASABLANCA	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas	97	291	Cadena Servatur
CASERIO	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	170	234	Cadena Luis Hoteles
CLUB DE MAR	Mogán	Puerto de Mogán	4 estrellas	54	112	Cadena THE Hoteles
CLUB GRAN ANFI	Mogán	Anfidelmar	5 estrellas	185	524	Cadena Grupo Anfi
CLUB HOTEL RIU GRAN CANARIA	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	4 estrellas	639	1235	Cadena Riu Hotels and Resorts
CLUB HOTEL RIU VISTAMAR	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas	475	920	Cadena Riu Hotels and Resorts
CORDIAL MOGÁN PLAYA	Mogán	Playa de Mogán	4 estrellas	487	950	Cadena Be Cordial Hotels & Resorts

<b>COSTA CANARIA</b>	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	4 estrellas	245	518	<b>Cadena Bull Hotels</b>
<b>DON GREGORY</b>	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	4 estrellas	241	458	<b>Cadena Dunas Hotels &amp; Resorts</b>
<b>DORADO BEACH</b>	Mogán	Arguineguín	3 estrellas	195	548	<b>Cadena Bull Hotels</b>
<b>DUNAS SUITES &amp; VILLAS RESORT</b>	San Bartolomé de Tirajana	Campo Internacional	4 estrellas	244	588	<b>Cadena Dunas Hotels &amp; Resorts</b>
<b>EL ESCORIAL</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	250	558	<b>Cadena Bull Hotels</b>
<b>EUGENIA VICTORIA</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del inglés	3 estrellas	400	761	<b>Cadena Bull Hotels</b>
<b>EUROPALACE</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	208	581	<b>Hotel independiente (Pertenece a una persona particular)</b>
<b>FOLIAS</b>	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	3 estrellas	79	158	<b>Comunidad de propietarios</b>
<b>GLORIA PALACE AMADORES</b>	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas	392	688	<b>Cadena Gloria Thalasso &amp; Hotels</b>
<b>GLORIA PALACE ROYAL</b>	Mogán	Barranco de Amadores	4 estrellas	197	399	<b>Cadena Gloria Thalasso &amp; Hotels</b>
<b>GLORIA PALACE SAN AGUSTÍN</b>	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	4 estrellas	448	900	<b>Cadena Gloria Thalasso &amp; Hotels</b>
<b>GOLD BY MARINA</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	133	270	<b>Cadena Satocan</b>
<b>GRAN CANARIA PRINCESS</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	431	827	<b>Cadena Princess Hotels &amp; Resorts</b>
<b>GRAND HOTEL RESIDENCIA</b>	San Bartolomé de Tirajana	Maspalomas	5 estrellas Gran Lujo	93	181	<b>Cadena Seaside Hotels</b>
<b>GREEN BEACH</b>	Mogán	Arguineguín	3 estrellas	231	462	<b>Cadena Servatur</b>
<b>GREEN FIELD</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	324	730	<b>Comunidad de propietarios</b>

<b>GREEN SEA</b>	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	2 estrellas	195	527	<b>Comunidad de propietarios</b>
<b>HAPIMAG SAN AGUSTÍN</b>	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	2 estrellas	60	120	<b>Multisociedad Suiza con el nombre HAPIMAG (Hotel Apartament o Inmobiliaria AG)</b>
<b>H10 PLAYA MELORENAS PALACE</b>	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	5 estrellas	374	748	<b>Cadena H10 Hotels</b>
<b>IFA BEACH HOTEL</b>	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	3 estrellas	200	380	<b>Cadena Lopesan Hotels &amp; Resorts</b>
<b>IFA BUENAVENTURA HOTEL</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	724	1373	<b>Cadena Lopesan Hotels &amp; Resorts</b>
<b>IFA CATARINA HOTEL</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	402	763	<b>Cadena Lopesan Hotels &amp; Resorts</b>
<b>IFA CONTINENTAL HOTEL</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	383	728	<b>Cadena Lopesan Hotels &amp; Resorts</b>
<b>IFA DUNAMAR HOTEL</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	183	348	<b>Cadena Lopesan Hotels &amp; Resorts</b>
<b>IFA FARO HOTEL</b>	San Bartolomé de Tirajana	Maspalomas	4 estrellas	188	358	<b>Cadena Lopesan Hotels &amp; Resorts</b>
<b>IFA INTERCLUB ATLANTIC</b>	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	3 estrellas	420	1132	<b>Cadena Lopesan Hotels &amp; Resorts</b>
<b>JARDÍN DORADO</b>	San Bartolomé de Tirajana	Campo Internacional	4 estrellas	114	342	<b>Cadena Eó Hotels</b>
<b>LAGO TAURITO</b>	Mogán	Taurito	3 estrellas	192	517	<b>Cadena Paradise Hotels &amp; Resorts</b>
<b>LOPESAN BAOBAB RESORT</b>	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	5 estrellas	676	1352	<b>Cadena Lopesan Hotels &amp; Resorts</b>
<b>LOPESAN COSTA MELONERAS</b>	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	4 estrellas	1136	2117	<b>Cadena Lopesan Hotels &amp; Resorts</b>

<b>LOPESAN VILLA DEL CONDE</b>	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	5 estrellas	561	1124	<b>Cadena Lopesan Hotels &amp; Resorts</b>
<b>LUCANA</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	163	312	<b>Cadena All Sun Hotels</b>
<b>MARITIM PLAYA</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	116	348	<b>Hotel independiente (Pertenece a un propietario particular)</b>
<b>MARACAIBO</b>	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas	94	300	<b>Comunidad de propietarios</b>
<b>MASPALOMAS TABAIBA PRINCESS</b>	San Bartolomé de Tirajana	Campo Internacional	4 estrellas	799	1598	<b>Cadena Princess Hotels &amp; Resorts</b>
<b>MELIÁ TAMARINDOS</b>	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	5 estrellas	318	595	<b>Cadena Meliá Hotels International</b>
<b>MIRADOR DEL ATLÁNTICO</b>	Mogán	Barranco de Amadores	3 estrellas	116	232	<b>Establecimiento privado</b>
<b>MIRADOR MASPALOMAS</b>	San Bartolomé de Tirajana	Sonneland	3 estrellas provisional	436	820	<b>Cadena Dunas Hotels &amp; Resorts</b>
<b>MORASOL SUITES</b>	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas	88	220	<b>Cadena Morasol Hoteles</b>
<b>NEPTUNO GRAN CANARIA</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	166	332	<b>Cadena Mur hotels</b>
<b>ORQUÍDEA BAHÍA FELIZ</b>	San Bartolomé de Tirajana	Bahía Feliz	4 estrellas	255	511	<b>Cadena Nordotel</b>
<b>PALM BEACH</b>	San Bartolomé de Tirajana	Maspalomas	5 estrellas	327	654	<b>Cadena Seaside Hotels</b>
<b>PALM OASIS</b>	San Bartolomé de Tirajana	Sonneland	3 estrellas	234	509	<b>Hotel independiente (Pertenece a un dueño particular)</b>
<b>PARADISE COSTA TAURITO</b>	Mogán	Taurito	4 estrellas	80	160	<b>Cadena Paradise Hotels &amp; Resorts</b>

<b>PARQUE CRISTÓBAL GRAN CANARIA</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	233	923	<b>Cadena HD Hotels &amp; Resorts</b>
<b>PARQUE TROPICAL</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	234	445	<b>Hotel independiente (Pertenece a un dueño particular)</b>
<b>PLAYA DEL INGLÉS</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	189	412	<b>Cadenas Hoteles López</b>
<b>PRINCIPADO</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	119	373	<b>Hotel Independiente (Pertenece a un propietario particular)</b>
<b>PUERTO AZUL</b>	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas	312	1000	<b>Cadena Servatur</b>
<b>PUERTO FELIZ</b>	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas	81	243	<b>Cadena Servatur</b>
<b>PUERTO PLATA</b>	Mogán	Puerto Rico	2 estrellas	158	316	<b>Comunidad de propietarios</b>
<b>RADISSON BLU RESORT GRAN CANARIA</b>	Mogán	Patalavaca	5 estrellas	189	472	<b>Carlson Rezidor Hotel Group</b>
<b>REVOLI</b>	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas	181	362	<b>NORDOTE L</b>
<b>REY CARLOS</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	160	320	<b>Hotel independiente (Pertenece a un propietario particular)</b>
<b>RIOSOL</b>	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas	225	658	<b>Cadena Riversun Touristic</b>
<b>RIU DON MIGUEL</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	251	431	<b>Cadena Riu Hotels and Resorts</b>
<b>RIU PALACE MASPALOMAS</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	368	734	<b>Cadena Riu Hotels and Resorts</b>
<b>RIU PALACE MELONERAS</b>	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	5 estrellas provisional	449	885	<b>Cadena Riu Hotels and Resorts</b>
<b>RIU PALACE OASIS</b>	San Bartolomé de Tirajana	Maspalomas	4 estrellas	332	633	<b>Cadena Riu Hotels and Resorts</b>
<b>RIU PALMERAS</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	231	448	<b>Cadena Riu Hotels and Resorts</b>

<b>RIU PAPAYAS</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	203	399	<b>Cadena Riu Hotels and Resorts</b>
<b>RIVIERA MARINA</b>	Mogán	Playa del Cura	4 estrellas	125	250	<b>Labranda Hotels and Resorts</b>
<b>RONDO</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	101	279	<b>Cadena Hoteles López</b>
<b>SAN AGUSTÍN BEACH CLUB</b>	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	4 estrellas	65	81	<b>Cadena Luis Hoteles</b>
<b>SANDY BEACH</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	256	486	<b>Cadena Seaside Hotels</b>
<b>SERVATUR WAIKIKI</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	505	1010	<b>Cadena Servatur</b>
<b>SHERATON SALOBRE RESORT AND SPA</b>	San Bartolomé de Tirajana	El Salobre	5 estrellas	324	650	<b>Cadena Starwood Hotels &amp; Resorts</b>
<b>SUITE PRINCESS</b>	Mogán	Taurito	4 estrellas	304	608	<b>Cadena Princess Hotels &amp; Resorts</b>
<b>SUNPRIME ATLANTIC VIEW SUITES AND SPA</b>	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	250	504	<b>Hoteles Sunwing S.A. y Thomas Cook Norte de Europa</b>
<b>SUN SUITE</b>	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas	158	316	<b>Cadena Servatur</b>
<b>SUNWING RESORT ARGUINEGUÍN</b>	Mogán	Arguineguín	3 estrellas	278	734	<b>Hoteles Sunwing S.A. y Thomas Cook Norte de Europa</b>
<b>TAURITO PRINCESS</b>	Mogán	Taurito	4 estrellas	404	810	<b>Cadena Princess Hotels &amp; Resorts</b>
<b>TERRAZAMAR SUITE</b>	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas	100	199	<b>Cadena Servatur</b>
<b>VALLE TAURITO</b>	Mogán	Taurito	4 estrellas provisional	130	262	<b>Cadena Paradise Hotels &amp; Resorts</b>

Anexo I: hoteles presentes en el sur de la isla de Gran Canaria por tipo de empresa.

## Anexo II: listado de cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria

Listado de cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria				
Cadena Hotelera	Hotel/es	Municipio	Población	Categoría
Altamar Hotels	Altamadores	Mogán	Barranco de Amadores	4 estrellas
	Altamar	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas
Barceló Hotels & Resorts	Barceló Margaritas	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas
Bull Hotels	Dorado Beach	Mogán	Arguineguín	3 estrellas
	Eugenia Victoria	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas
	El Escorial	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas
	Costa Canaria	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	4 estrellas
Be Cordial Hotels & Resorts	Cordial Mogán Playa	Mogán	Playa de Mogán	4 estrellas
Eó Hotels	Jardín Dorado	San Bartolomé de Tirajana	Campo Internacional	4 estrellas
Gloria Thalasso & Hotels	Gloria Palace Amadores	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas
	Gloria Palace Royal	Mogán	Barranco de Amadores	4 estrellas
	Gloria Palace San Agustín	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	4 estrellas
Grupo Anfi	Club Gran Anfi	Mogán	Anfi del Mar	5 estrellas
	Anfi Emerald Club	Mogán	Arguineguín	4 estrellas
H10 Hotels	H10 Playa Meloneras Palace	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	5 estrellas
Dunas Hotels & Resorts	Dunas Suites & Villas Resort	San Bartolomé de Tirajana	Campo Internacional	4 estrellas
	Don Gregory	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	4 estrellas
	Mirador Maspalomas	San Bartolomé de Tirajana	Sonnenland	3 estrellas
HD Hotels & Resorts	Parque Cristóbal Gran Canaria	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas
Hoteles López	Aparthotel Playa del Inglés	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas
Hoteles Sunwing S.A.	Sunwing Resort Arguineguín	Mogán	Arguineguín	3 estrellas
Hoteles Sunwing S.A. y Thomas Cook Norte de Europa	Sunprime Atlantic View Suites and Spa	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas

Lopesan Hotels & Resorts	Lopesan Baobab Resort	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	5 estrellas
	Lopesan Costa Meloneras	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	4 estrellas
	Lopesan Villa del Conde	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	5 estrellas
	Ifa Faro Hotel	San Bartolomé de Tirajana	Maspalomas	4 estrellas
	Ifa Buenaventura Hotel	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas
	Ifa Dunamar Hotel	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas
	Ifa Continental Hotel	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas
	Ifa Catarina Hotel	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas
	Ifa Interclub Atlantic	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	3 estrellas
	Ifa Beach Hotel	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	3 estrellas
Luis Hoteles	Caserío	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas
	San Agustín Beach Club	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	4 estrellas
Meliá Hotels International	Meliá Tamarindos	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	5 estrellas
Morasol Hoteles	Morasol Suites	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas
Mur Hotels	Neptuno Gran Canaria	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas
Nordotel	Revoli	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas
	Orquídea Bahía Feliz	San Bartolomé de Tirajana	Bahía Feliz	4 estrellas
Paradise Hotels & Resorts	Paradise Costa Taurito	Mogán	Taurito	4 estrellas
	Lago Taurito	Mogán	Taurito	3 estrellas
	Valle Taurito	Mogán	Taurito	4 estrellas
Princess Hotels & Resorts	Hotel Suite Princess	Mogán	Taurito	4 estrellas
	Taurito Princess	Mogán	Taurito	4 estrellas
	Maspalomas Tabaiba Princess	San Bartolomé de Tirajana	Campo Internacional	4 estrellas
	SENTIDO Gran Canaria Princess	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas
	Mogán Princess & Beach Club	Mogán	Taurito	4 estrellas
Carlson Rezidor Hotel Group	Radisson Blu Resort Gran Canaria	Mogán	Patalavaca	5 estrellas



<b>Riversun Touristic</b>	Riosol	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas
<b>Riu Hotels and Resorts</b>	Riu Papayas	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas
	Riu Don Miguel	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas
	Riu Palace Maspalomas	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas
	Riu Palace Oasis	San Bartolomé de Tirajana	Maspalomas	4 estrellas
	Riu Palmeras	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas
	Club Hotel Riu Gran Canaria	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	4 estrellas
	Riu Palace Meloneras	San Bartolomé de Tirajana	Meloneras	5 estrellas
	Club Hotel Riu Vistamar	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas
<b>Seaside Hotels</b>	Palm Beach	San Bartolomé de Tirajana	Maspalomas	5 estrellas
	Grand Hotel Residencia	San Bartolomé de Tirajana	Maspalomas	5 estrellas Gran Lujo
	Sandy Beach	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas
<b>Servatur</b>	Green Beach	Mogán	Arguineguín	3 estrellas
	Puerto Azul	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas
	Casablanca	Mogán	Puerto Rico	4 estrellas
	Puerto Feliz	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas
	Terrazamar Suite	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas
	Sun Suite	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas
	Servatur Waikiki	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas
<b>Starwood Hotels &amp; Resorts</b>	Hotel Sheraton Salobre Resort and Spa	San Bartolomé de Tirajana	El Salobre	5 estrellas
<b>THE Hotels</b>	Club de Mar	Mogán	Puerto de Mogán	4 estrellas
	Anamar Suites	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	2 estrellas

Anexo II: listado de cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria.

### **Anexo III: cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que no valoran la sostenibilidad.**

<b>Cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que no valoran la sostenibilidad</b>					
<b>Cadena hotelera</b>	<b>Hotel/ es</b>	<b>Municipio</b>	<b>Población</b>	<b>Categoría</b>	<b>Sitio web</b>
<b>Altamar Hotels</b>	Altamadores	Mogán	Barranco de Amadores	4 estrellas	<a href="http://altamarhotels.com/en">http://altamarhotels.com/en</a>
	Altamar	Mogán	Puerto Rico	3 estrellas	

<b>Bull Hotels</b>	Dorado Beach	Mogán	Arguineguín	3 estrellas	<a href="http://www.bullhotels.com/en">http://www.bullhotels.com/en</a>
	Eugenia Victoria	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	
	El Escorial	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	
	Costa Canaria	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	4 estrellas	
<b>Eó Hotels</b>	Jardín Dorado	San Bartolomé de Tirajana	Campo Internacional	4 estrellas	<a href="https://www.eohotels.es/en/">https://www.eohotels.es/en/</a>
<b>Grupo Anfi</b>	Club Gran Anfi	Mogán	Anfi del Mar	5 estrellas	<a href="https://anfi.com/en/">https://anfi.com/en/</a>
	Anfi Emerald Club	Mogán	Arguineguín	4 estrellas	
<b>Hoteles López</b>	Aparthotel Playa del Inglés	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	3 estrellas	<a href="http://en.hoteleslopez.com">http://en.hoteleslopez.com</a>
<b>Luis Hoteles</b>	Caserío	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	<a href="http://en.luishoteles.com">http://en.luishoteles.com</a>
	San Agustín Beach Club	San Bartolomé de Tirajana	San Agustín	4 estrellas	
<b>Mur Hotels</b>	Neptuno Gran Canaria	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	4 estrellas	<a href="http://www.murhotels.com/en/">http://www.murhotels.com/en/</a>
<b>THE Hotels</b>	Club de Mar	Mogán	Puerto de Mogán	4 estrellas	<a href="http://www.totalhotelesperience.com/en/">http://www.totalhotelesperience.com/en/</a>
	Anamar Suites	San Bartolomé de Tirajana	Playa del Inglés	2 estrellas	

Anexo III: cadenas hoteleras presentes en el sur de la isla de Gran Canaria que no valoran la sostenibilidad.