

ESTADO DE IMPLANTACIÓN DE LOS SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD Y DE GESTIÓN AMBIENTAL COMO PRECURSORES DE LA RSE EN EL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL

José Antonio Pérez-Aranda*

Resumen: En la presente investigación se realiza una aproximación al concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) y se identifican las dimensiones para su desarrollo e implantación, así como se determina los vínculos y sinergias entre los sistemas de gestión excelentes (calidad y medio ambiente) y la RSE. A continuación, la investigación aporta información sobre el estado de implantación de los sistemas de gestión de la calidad y de gestión ambiental en el sector hotelero como palancas o drivers que pueden facilitar la implantación y desarrollo de la RSE en dicho sector. En lo que respecta a los datos sobre el estado de la certificación en el sector hotelero, los hallazgos obtenidos son de gran valor, dado que nunca anteriormente habían sido recogidos, analizados y comunicados desde una visión completa del sistema hotelero español y de las diferentes certificaciones de calidad y medio ambiente aplicables (ISO 9001, ISO 14001, marca “Q” de calidad turística española y EMAS). Entre las principales conclusiones, destaca que el sector hotelero español se encuentra en una situación idónea para el desarrollo de políticas y acciones de RSE que contribuyan a la mejora de su competitividad y sostenibilidad. Ello es debido tanto a las sinergias encontradas entre las dimensiones de la calidad y el medio ambiente con la RSE, como por el nivel de compromiso del sector hotelero, materializado a través del desarrollo, implantación y certificación de las marcas de calidad y medio ambiente citadas.

Palabras clave: Responsabilidad, RSE, calidad, medio ambiente, certificación, ISO, sostenibilidad, hotelería.

Abstract: In this work, the author presents an approach to the concept of corporate social responsibility (CSR) and the dimensions for their development and implementation are identified. Likewise, the linkages and synergies between excellent management systems (quality and environment) and CSR are also determined. Furthermore, the research provides information on the degree of implementation of quality management systems and environmental management systems in the hotel industry as drivers that can facilitate the implementation and development of CSR in that sector. With respect to the status of certification in the hospitality industry, the findings are of great value, as these data had never been collected, analyzed and disseminated. The data provide an overview of the quality and environmental certifications (ISO 9001, ISO 14001, “Q” of Spanish Tourism Quality and EMAS) in the hospitality sector. Among the key findings, the research highlights that the Spanish hotel sector is ideally placed to develop CSR policies and activities that contribute to improving their competitiveness and sustainability. This is due both to the synergies found between the dimensions of quality and environmental CSR, such as the level of commitment of the hotel sector, materialized through the development, implementation and certification of the above mentioned quality and environmental brands.

Key words: Responsibility, CSR, quality, environmental certification, ISO, sustainability, hospitality.

I. INTRODUCCIÓN

Los cambios y presiones que el entorno competitivo de los mercados genera sobre las empresas, han obligado a estas organizaciones a reaccionar a través de diferentes

estrategias, entre las que se encuentra la diferenciación. En este contexto, durante la última década del siglo pasado y primera década del actual, la implantación de sistemas de gestión de la calidad y de sistemas de gestión ambiental tuvo un éxito notable,

* Director Escuela Universitaria de Hotelería y Turismo CETT-UB. Universidad de Barcelona. Ja.perez-aranda@cett.cat

convirtiéndose en casi obligatorios desde el punto de vista competitivo en algunos sectores.

En el caso del sector turístico, y en el hotelero en particular, los sistemas de calidad basados en la norma internacional ISO 9001 y en la norma estatal del ICTE, así como los sistemas de gestión ambiental basados en la norma ISO 14001 y el reglamento europeo EMAS, han sido los más implantados y exitosos.

Después estos años de desarrollo y experiencia sobre estos sistemas por parte de las empresas, y conocidos y valorados positivamente sus impactos, poco a poco se ha ido introduciendo en el sector un nivel superior de excelencia empresarial: la responsabilidad social empresarial (RSE).

Aunque todavía la RSE se encuentra en un estado incipiente de desarrollo en el sector hotelero, algunas de las principales cadenas hoteleras y establecimientos hoteleros han desarrollado políticas y acciones de RSE, y han publicado memorias y otros informes donde se recogen las acciones ejecutadas: AC Hotels by Marriott, Hotel Barcelona Princess, Compañía Islas Occidentales, S.A; Confortel Hoteles, Grupo Blue Bay, Grupo El Fuerte, Grupo Serhs, Iberostar, Meliá Hotels International, NH Hoteles, Paradores, Playa Senator, Servatur, y finalmente Viva Hotels (Grupo ETI).

La RSE está siendo adoptada como un requerimiento estratégico para dar respuesta a los retos éticos y vinculados con la sostenibilidad económica, social y ambiental.

Así mismo, el desarrollo de políticas y prácticas de RSE adecuadas mejora la posición competitiva de la empresa, incrementa la fidelidad de sus clientes internos y externos, y repercute positivamente en la imagen y reputación de la empresa (Bigné et al., 2005).

El presente trabajo ilustra el grado de implantación de sistemas de calidad y de sistemas de gestión ambiental en el sector hotelero español, así como muestra que esta realidad supone una gran oportunidad para el desarrollo de políticas y acciones de responsabilidad social empresarial que contribuyan a la mejora de la competitividad y sostenibilidad de este sector, tal como promueve el Plan del Turismo Español Horizonte 2020 (SGT, 2007).

En primera instancia, se ha realizado una revisión de la literatura sobre el concepto de RSE, identificando las dimensiones para su implementación y los intereses de los grupos de interés relacionados con el sector hotelero; así como se han identificado los constructos de calidad y medio ambiente como facilitadores del desarrollo de la RSE, determinando los ámbitos compartidos y aquellas sinergias entre estos conceptos que facilitan su desarrollo mutuo.

En segunda instancia, se ha obtenido información sobre el número de hoteles con certificados de calidad y medio ambiente en España hasta el primer trimestre del 2014. Para obtener esta información han sido contactadas las entidades de certificación de los sistemas basados en las normativas ISO, así como los organismos responsables de los sistemas basados en el ICTE y el reglamen-

to EMAS. Así mismo, han sido contactados los diferentes establecimientos hoteleros con sistemas ISO certificados para comprobar su estado de validez.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA Y MARCO TEÓRICO

En este apartado se recoge el significado de la responsabilidad social y las dimensiones para su implementación y desarrollo, con la finalidad de encontrar similitudes y sinergias con los sistemas de calidad y medio ambiente, que permitan valorar una posible relación de mutualismo entre estos constructos.

II.1. Definición de RSE y dimensiones para su desarrollo

La definición de RSE está estrechamente vinculada con la creación de valor para las empresas dado que la RSE promueve un comportamiento responsable con todos los grupos de interés relacionados con la empresa (Clarkson, 1995), y comporta el desarrollo de prácticas empresariales éticas, ofrecer productos seguros y de calidad, respetar los derechos de los empleados, cuidar el medio ambiente e implicarse en causas sociales (Esroch y Leichty, 1998).

De este modo, las empresas no sólo tienen obligaciones económicas, relacionadas con ser productivas, obtener beneficios y mejorar la eficiencia (Carroll, 1991; Maignan et al., 1999), sino que también han de dar respuesta a las obligaciones vinculadas

con las necesidades de sus grupos de interés, la sociedad en general y la sostenibilidad.

Estos conceptos introductorios configuran las bases de la filosofía de responsabilidad social empresarial o también llamada corporativa, que cada vez más impregnan el diseño de las estrategias corporativas para la generación de valor y garantía de sostenibilidad. Según Carroll (1979), uno de los autores que más ha contribuido a construir la bases del constructo de RSE, las empresas tienen responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas respecto a todos sus grupos de interés y esas cuatro dimensiones conforman el concepto de responsabilidad social empresarial. El modelo de Carroll se ha convertido en referente para explicar el comportamiento responsable (Lewin et al., 1995; Maignan et al., 1999) de las organizaciones.

Desde la perspectiva de la Unión Europea, la Responsabilidad Social de las Empresas se define como la “integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (CCE, 2001, pp.7). De forma más amplia, el libro verde define a la RSE como “un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio” (CCE, 2001, pp. 4).

Sin embargo, y a partir del análisis de la literatura existente se deduce que no existe una única definición del concepto de RSE (Dahlsrud, 2008), aunque este concepto hay sido ampliamente discutido (Weber, 2008).

Dado el fracaso de los académicos por llegar a un acuerdo, una definición que sea aceptada universalmente todavía ha de definirse (Turker, 2009). Según Amaeshiy Adi (2006) existen tantas definiciones de la RSE como autores escriben sobre ello. Desde una mirada más empresarial en este sentido, Van Marrewijk (2003) apunta que una definición de RSE es imposible dado que este concepto tiene diferentes significados según cada empresa en función del grado del desarrollo y ambición de la organización.

A pesar de la riqueza en la literatura sobre este concepto, la RSE continúa siendo un concepto amplio y complejo que engloba una gran variedad de ideas y prácticas empresariales. Este concepto ha sido descrito como ambiguo (Fisher, 2004), vago (Williamson et al., 2006), subjetivo (Frederick, 1986), borroso (McWilliams, 2001), amorfo (Margolis y Walsh, 2001), confuso (McGuire, 1963) con fronteras difusas y legitimidad discutida (Lantos, 2001).

Efectivamente, la complejidad del concepto de RSE y la ausencia de consenso sobre su definición son los factores responsables del debate acerca de este constructo que todavía en la actualidad prevalece (Perrini, 2006; Idemudia, 2008; Gulyás, 2009).

II.2 Dimensiones de RSE

Conocer las dimensiones que configuran el desarrollo de la RSE es la mejor manera de comprender este concepto y conocer los ámbitos de desarrollo, impactos positivos y generación de valor (ver cuadro 1).

El número tan elevado de definiciones del concepto de RSE y la falta de consenso en su definición ha afectado en la determinación de cuáles son sus dimensiones de desarrollo. Dahlsrud (2006), después de analizar 37 definiciones del concepto RSE en las fuentes bibliográficas de referencia, clarificó el escenario en torno a la identificación de las dimensiones que configuran la RSE clasificándolas en cinco tipos. Otros autores, como Rahman (2012) se sitúan en un extremo opuesto y elevan esta clasificación hasta diez dimensiones.

Desde una perspectiva más sintética y clarificadora, Turker (2009) ha investigado las dimensiones contempladas en los diferentes estudios realizados para medir la RSE en empresas y organizaciones, concluyendo que éstas se configuran en base a las siguientes tres teorías fundamentales:

- Las dimensiones de la teoría de Carroll
- Las dimensiones basadas en la teoría de los stakeholders de Freeman
- Las dimensiones basadas en el concepto de desarrollo sostenible

II.2.1. Las dimensiones de la teoría de Carroll

Carroll (1979) elabora una definición multidimensional de la RSE relacionando las responsabilidades económicas y legales de la empresa con sus responsabilidades sociales desde la perspectiva de la ética. Estas responsabilidades son las siguientes:

Cuadro 1
Dimensiones de la RSE

AUTOR	DIMENSIÓN Y DOMINIO	
Carroll(1979)	1. Responsabilidades económicas 2. Responsabilidades legales	3. Responsabilidades éticas 4. Responsabilidades discrecionales
Wartick y Cochran (1985)	1. Responsabilidad económica 2. Responsabilidad pública	3. Capacidad de respuesta social
Frederick (1994, 1998)	1. Responsabilidad social corporativa 2. Capacidad de respuesta social corporativa	3. Rectitud social corporativa
Dahlsrud (2006)	1. Dimensión de los grupos de interés 2. Dimensión social 3. Dimensión económica	4. Dimensión de la voluntariedad 5. Dimensión ambiental
Wood (1991)	1. Principios 2. Procesos	3. Resultados
Rahman (2011)	1. Obligación para la sociedad 2. Involucramiento de los grupos de interés 3. Mejora de la calidad de vida 4. Desarrollo económico 5. Práctica ética de los negocios	6. Respeto de la ley 7. Voluntariedad 8. Derechos humanos 9. Protección del medioambiente 10. Transparencia y rendición de cuentas
Martínez, P., Pérez, A., & Rodríguez del Bosque, I. (2013)	1. Dimensión Económica 2. Dimensión Social	3. Dimensión Ambiental
D'Aprile, G., & Taló, C. (2013)	1. Dimensión cognitiva 2. Dimensión afectiva	3. Dimensión del comportamiento
Dopico et al. (2014)	1. Dimensión "clientes" 2. Dimensión "sociedad" 3. Dimensión "empleados" 4. Dimensión "competencia"	5. Dimensión "organización interna" 6. Dimensión "cognitiva" 7. Dimensión "afectiva" 8. Dimensión "comportamiento"

FUENTE: Elaboración propia.

- La responsabilidad económica como responsabilidad fundamental de la empresa. La organización empresarial es la unidad económica básica de la sociedad y responsable de la producción de los bienes y servicios que ésta necesita, y que le vende a un precio justo, que per-

mite la generación de beneficios para sus inversores y propietarios. Es una responsabilidad requerida por la sociedad.

- La responsabilidad legal supone el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos.

- La responsabilidad ética que contempla los comportamientos y actividades que aunque no se encuentren normalizados, se espera que las empresas cumplan con rigor.
- La responsabilidad discrecional, voluntaria o filantrópica que significa la voluntad y decisión de la empresa de asumir responsabilidades que le permitan contribuir voluntariamente a la solución de problemas sociales, sin que existan reglamentaciones que le obliguen. Es una responsabilidad deseable y valorada por parte de la sociedad.

Estas dimensiones no son independientes, sino que están interrelacionadas entre sí, y suponen para los directivos cierta dificultad cuando tratan de desarrollarlas simultáneamente. Cada rango de responsabilidad significa sólo una parte de la RSE y por tanto la RSE es contemplada como un concepto dinámico que contempla todos aquellos aspectos y expectativas de tipo económico, legal, ético y discrecional de la actuación empresarial que la configuran.

II.2.2. Las dimensiones basadas en la teoría de los stakeholders de Freeman

El concepto “stakeholder” se utilizó por primera vez por Freeman (1984) en su trabajo: “Strategic Management: A Stakeholder Approach”. Con este término el autor se refería a cualquier individuo o grupo de individuos que podían afectar o ser afectados por una empresa (por sus actividades, procesos, objetivos, etc.) y que, por ello, de-

berían considerarse como un factor esencial en la planificación estratégica y de gestión empresarial de toda actividad económica.

Según los autores más relevantes en materia de RSE, los grupos de interés de una empresa son aquellos individuos y colectivos que aportan e intervienen, de manera voluntaria o involuntaria, en las capacidades y en las posibilidades para la creación de riqueza por parte de la empresa, y que, por ello, son sus potenciales beneficiarios y/o portadores de riesgo (Post et al., 2002).

Según Freeman, para garantizar el éxito en la gestión de una empresa u organización, ésta debe asegurar que los stakeholders pueden influir de manera directa en el proceso de toma de decisiones de la misma, de modo que quien ejerza la dirección pueda dar respuesta de modo simultáneo a los intereses de todas las partes implicadas.

Esta operatividad comporta la definición todos los posibles grupos de interés vinculados con la actividad de la organización, así como el seguimiento y análisis de las relaciones con éstos stakeholders. El análisis de las peticiones de los grupos de interés de la empresas, así como de los sistemas que les permitan expresar sus intereses y expectativas, permite la identificación de las dimensiones de actuación claves para el diseño y para la implementación de las estrategias empresariales capaces de responder a las demandas sociales en términos de un desempeño empresarial en materia de RSE; dimensiones que posteriormente serán los sujetos sobre las cuales enfocar la evaluación de los resultados obtenidos y consecuentemente la eficacia de las acciones de RSE desarrolladas.

Cuadro 2
Intereses de los grupos de interés

GRUPO DE INTERÉS	INTERESES	
Organización	Historia de la organización Bases de la industria Estructura de la organización Realización económica	Entorno competitivo Misión o propósito Reglas de la organización Sistemas de dirección de los asuntos sociales y de los grupos de interés
Trabajadores	Política general Beneficios Remuneraciones y seguridad en el trabajo Indemnizaciones y recompensas Formación, desarrollo y planes de carrera Programas de ayuda/subsidio a los trabajadores Fomento de la salud Absentismo y rotación en el trabajo Permisos de ausencia Relaciones con los sindicatos	Despidos y desempleo Jubilaciones Equidad en el trabajo y discriminación La mujer en la dirección y en las juntas de la organización Preocupaciones diarias y adaptación a la familia Comunicación con los trabajadores Riesgo profesional y seguridad en el trabajo Tipologías de contratación Otros asuntos del trabajador o de recursos humanos
Accionistas	Políticas generales Comunicación con los accionistas y reclamaciones Dividendos y revalorización de las acciones	Defensa de los accionistas Derechos de los accionistas Otros asuntos de los accionistas
Grupos financieros	Liquidez y solvencia de la empresa Rentabilidad a corto y largo plazo	Grado de seguridad Generación de tesorería
Clientes	Política general Calidad Comunicación con los clientes Seguridad de los productos	Reclamaciones de los clientes Servicios a clientes con necesidades especiales Otros asuntos relacionados con los clientes
Proveedores	Relaciones estables y duraderas Política general	Poder relativo Otros asuntos relacionados de los proveedores
Gobierno	Cumplimiento con la ley Cumplimiento con el trabajo Cumplimiento con la competencia	Exactitud en los datos Implicación en políticas públicas
Comunidad	Seguridad en las operaciones Generación de oportunidades de empleo Contribución a la comunidad Sustitución de recursos no renovables Inversiones sociales y donaciones	Relaciones con la comunidad Salud pública, seguridad y protección Uso eficiente de los recursos energéticos Valoración medioambiental en los proyectos Otros asuntos medioambientales

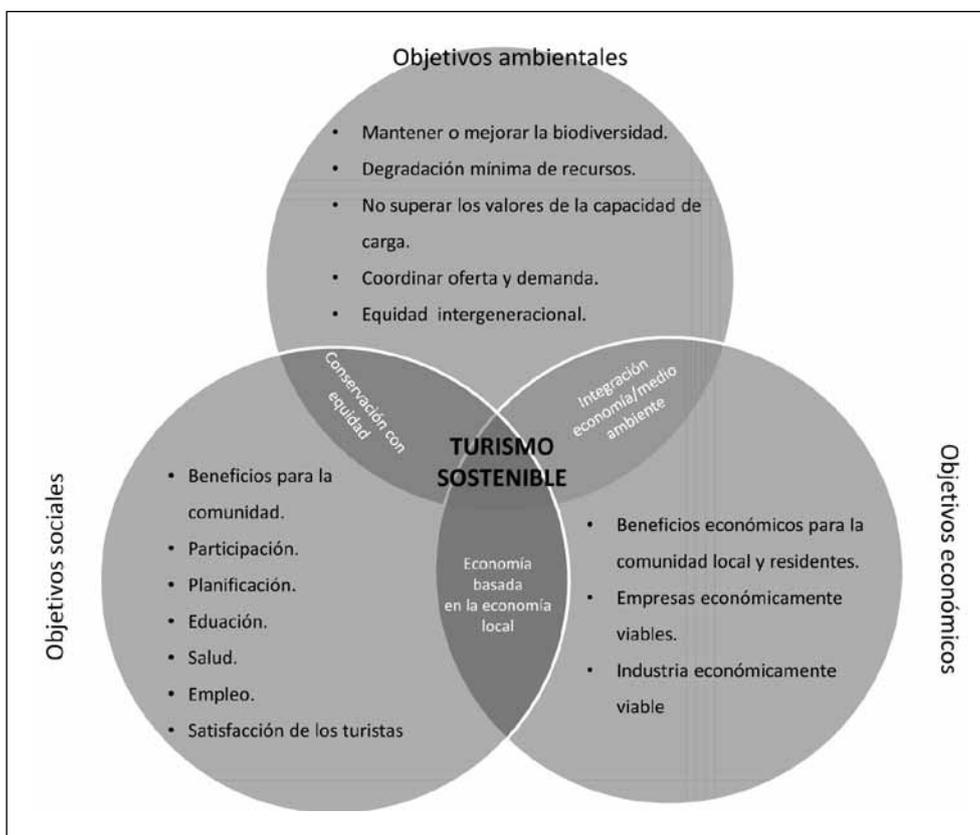
FUENTE: Adaptado de Clarkson (1995).

Para la identificación y visualización de los stakeholders de una empresa u organización se deben considerar los intereses de los mismos (ver cuadro 2), así como sus posibilidades de gestión. En este sentido puede ser utilizado el concepto de análisis de las partes interesadas, que se puede definir como un método para comprender un sistema mediante la identificación de los actores principales o interesados en el mismo y la evaluación de sus respectivos intereses en ese sistema (Mayers, 2005).

II.2.3. Las dimensiones basadas en el concepto de desarrollo sostenible

Algunos estudios que tratan de explicar, medir y evaluar el desempeño empresarial en materia de RSE se basan en el concepto de desarrollo sostenible (Bigné et al., 2005; Pesmatzoglou et al., 2012; Van Marrewijk, 2003). Autores como Panapanaan et al. (2003) y Panwar et al. (2006) han contextualizado la RSE basándose en el desarrollo sostenible, y definiendo que la responsabi-

Cuadro 3
Objetivos del turismo sostenible



FUENTE: Wagner et al. (2008).

lidad empresarial es un constructo multi-dimensional formado por las dimensiones económica, social y ambiental.

La importancia de las dimensiones ambientales es especialmente importante en los estudios centrados en la industria turística dada la potencialidad de este sector para generar impactos, positivos o negativos, en el entorno y comunidades locales (Jamrozky, 2007; Timur & Getz, 2009).

Para la OMT, en la Agenda 21 para los Viajes y el Turismo (WorldTravel and Tourism Council, 1997), el concepto de turismo sostenible es aquel que “satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones de destino, al mismo tiempo que protege y garantiza la actividad de cara al futuro. Se concibe como una forma de gestión de todos los recursos de forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas al mismo tiempo que se conservan la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida”.

En el cuadro 3 se recogen los principios del turismo sostenible y los objetivos que lo desarrollan, que como se puede comprobar, se relacionan con los principios de la responsabilidad social corporativa o empresarial y sus dimensiones (Wagner et al., 2008).

III. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y DEL MEDIO AMBIENTE COMO PRECURSORES DEL DESARROLLO DE LA RSE

El desarrollo políticas para la garantía de la calidad y la gestión ambiental implica

el desarrollo de dimensiones y ámbitos que son compartidos con el desarrollo de la responsabilidad social empresarial.

Diferentes investigaciones apuntan que la gestión de la calidad facilita el desarrollo de la gestión medioambiental (Curkovic, 2003), necesita de un comportamiento ético (McAdam y Leonard, 2003), persigue la satisfacción de los diferentes grupos de interés (Waddock y Bodwell, 2004), y puede facilitar el desarrollo de actividades socialmente responsables (Withanachchi et al., 2007). Por ellos algunos autores argumentan que la gestión de la calidad puede facilitar a una empresa el desarrollo de la responsabilidad social (McAdam y Leonard, 2003; Withanachchi et al., 2007).

A nivel internacional existe una gran variedad de definiciones sobre el concepto de calidad, pero hasta el momento no se ha podido encontrar una definición que vincule de forma directa la calidad con la RSE. No obstante, es aceptado que la calidad es un concepto vinculado al grado de cumplimiento y satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes según el desempeño de las dimensiones que éstos valoran (Zeithaml et al., 1992); y que los clientes son uno de los principales stakeholders de las organizaciones.

Así mismo, en la literatura se pueden encontrar diferentes contribuciones relacionan la gestión de la calidad y del medio ambiente con la RSE. Esta relación se basa en el acercamiento y similitud entre algunas dimensiones que configuran estos constructos, tales como la satisfacción del cliente, los procesos internos, la innovación, la ges-

ción del equipo humano, principalmente (ver tabla III). Según las investigaciones de Zapata-Gómez et al. (2013), que estudian las relaciones entre la calidad y la RSE, afirman que calidad y la RSE comparten un 78% de dimensiones; o lo que es lo mismo, que la calidad y la RSE poseen un 78% de aspectos comunes. Estos autores apuntan que las empresas que han estudiado desarrollan un modelo de negocio donde la calidad y la RSE están integradas, generando una nueva manera de crear valor e incrementar la calidad de los productos y servicios ofrecidos.

Gurús de la calidad tan importantes como Deming, Juran y Crosby argumentan que los aspectos éticos y el respeto a las personas son aspectos imprescindibles para la mejora de la calidad; ética que se aplica en la relaciones entre directivos, empleados y clientes (McAdam y Leonard, 2003) y que supone un claro ejemplo de desarrollo de la responsabilidad social en la empresa.

Del mismo modo, la implantación de la ISO 14001 en una organización persigue cumplir con los principios de sostenibilidad ambiental inherentes a la RSE, con lo cual también se pueden establecer relaciones evidentes entre esta normativa y el desarrollo de la dimensión social en las organizaciones (Bansal y Hunter, 2003).

En otra línea de estudio complementaria, destacan los estudios sobre el impacto de la calidad como estrategia para mejorar la RSE. En este sentido, Castka et al. (2004a y 2004b) señalan, a partir de la afirmación que las PYME pueden beneficiarse de la RSE mejorando su negocio y desarrollando una ventaja competitiva, que los sistemas de

gestión tales como ISO 9001, pueden servir como un vehículo eficaz para la integración de la RSE en el funcionamiento de la organización. Del mismo modo, Zapata-Gómez et al. (2013) abalan la conveniencia de incrementar los esfuerzos en calidad como instrumento para mejorar la RSE. McAdam y Leonard (2003) añaden que los principios de la calidad y las metodologías seguidas por los sistemas que los desarrollan, son eficaces pilares que pueden actuar como catalizadores de la RSE en las empresas.

Desde otra perspectiva, también la RSE también afecta positivamente a la gestión de la calidad, tal y como se recoge en el documento redactado por el Foro de Expertos del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2007:12): “La RSE contribuye a la mejora integral de la calidad de gestión de la empresa y a que desempeñe un papel más positivo con todos sus grupos de interés y con la sociedad. En esa medida, la generalización de las prácticas de RSE puede tener una doble utilidad social: potenciar las aportaciones positivas de las empresas a la sociedad y, sobre todo, consolidar un tejido empresarial más consistente, eficiente y competitivo”.

Otros autores, más críticos en la relación calidad-RSE, denuncian que los premios de calidad, tales como el Malcolm Baldrige estado unidense o el EFQM europeo, no contemplan de forma correcta todas las dimensiones de la RSE, especialmente la ética, centrándose más en el proceso que no el contenido de las políticas y acciones realizadas por las empresas (van der Wiele et al., 2001).

Cuadro 4
Dimensiones compartidas entre RSE, calidad y medio ambiente

RESPONSABILIDAD SOCIAL	GESTIÓN DE LA CALIDAD	GESTIÓN AMBIENTAL	AUTORES
Bases éticas genéricas Teoría de Carroll Teoría de los Stakeholders de Freeman Teoría del Desarrollo Sostenible	X	X	Moir (2001) Ghobadian et al.(2007)
Relaciones éticas entre directivos, empleados y clientes Teoría de Carroll Teoría de los Stakeholders de Freeman	X		McAdam y Leonard, (2003)
Satisfacción de los diferentes grupos de interés Teoría de los Stakeholders de Freeman	X		Waddock y Bodwell, (2004) Zeithaml et al. (1992) Ghobadian et al.(2007)
Transparencia Teoría de Carroll Teoría de los Stakeholders de Freeman	X	X	Ghobadian et al., 2007
Desarrollo de actividades socialmente responsables Teoría de Carroll Teoría del Desarrollo Sostenible		X	Withanachchi et al., 2007
Oferta de productos y servicios de alta calidad Teoría de Carroll Teoría de los Stakeholders de Freeman	X		Bohdan y Przasnyski (1999), Gazzola (2013) Zapata-Gómez et al. (2013)
Mínimos costes para la organización en la producción Teoría de Carroll	X	X	Bohdan y Przasnyski (1999), Gazzola (2013)
Mejora continua y la innovación Teoría de Carroll Teoría de los Stakeholders de Freeman Teoría del Desarrollo Sostenible	X	X	Zwetsloot (2003) Zapata-Gómez et al. (2013) Ghobadian et al.(2007)
Principios de sostenibilidad ambiental Teoría del Desarrollo Sostenible		X	Bansal y Hunter, 2003

FUENTE: Elaboración propia.

Respecto a lo referido al concepto y filosofía de TQM (gestión total de la calidad) en la literatura también se encuentran hallazgos que manifiestan las relaciones existentes con la RSE. Gazzola (2013) mani-

fiesta, basándose en los estudios de Bohdan y Przasnyski (1999), que el objetivo de la calidad se centra en la oferta de productos y servicios de alta calidad y duraderos, con los mínimos costes para la organización, y

de manera no se perjudique a la dignidad humana, a la satisfacción en el trabajo y a la lealtad a largo plazo entre la organización y sus stakeholders, especialmente de sus empleados. Por ello, se puede afirmar que la TQM posee una sólida dimensión ética y contempla la necesidad de considerar los intereses de los stakeholders en lugar de únicamente los intereses de los propietarios. En la misma línea, Moir (2001) argumenta que tanto TQM y RSE comparten las mismas bases éticas. Sin embargo, Ghobadian et al. (2007) apunta que el desarrollo de la TQM no asegura el desarrollo de la RSE en una empresa, dado que en sus investigaciones no pudo establecer relaciones directas en la aplicación empresarial entre ambos constructos.

En otra línea argumental complementaria, Zwetsloot (2003) señala que para el desarrollo y la aplicación de la RSE los principios de TQM tales como el hacer las cosas bien a la primera, la mejora continua y la innovación son vitales, son fundamentales.

En el cuadro 4 se muestran las dimensiones de desarrollo de la RSE (apuntando las teorías de referencia) coincidentes con las dimensiones propias de la gestión de la calidad y del medio ambiente, así como los principales autores que abalan este hilo argumental.

Desde la perspectiva de la teoría de los grupos de interés, se puede observar como la gestión de la calidad, del medio ambiente y la RSE comparten los principales grupos de interés (ver cuadro 2); por lo tanto, los clientes, los empleados (clientes internos en términos de TQM), los proveedores, la co-

munidad y la administración, son contemplados en la gestión empresarial realizada bajo los principios de estas modelos excelentes.

IV. RESULTADOS DEL ESTUDIO

Para la realización del presente estudio se ha tomado como referencia el número máximo de establecimientos hoteleros en España en el 2013, situación que ocurrió durante el mes de julio del 2013 (INE, 2013). El número total de hoteles operativos era en ese momento de 9121 establecimientos (Tinsa-Research, 2014).

IV.1. La certificación de calidad ISO 9001 y la certificación ambiental ISO 14001 en el sector hotelero español

En el Estado Español no existe ningún punto de información, privado o público, que permita conocer el grado de desarrollo e implantación de sistemas de gestión de la calidad y del medioambiente certificables según los criterios de la ISO. Por ello, obtener esta información supone una tarea compleja, y que una vez obtenida, caduca rápidamente, como fotografía estática de la realidad que no permite ser actualizada excepto si se repite nuevamente el proceso de investigación. Esta realidad no debe empañar el gran aporte que supone este trabajo con la publicación de una información anteriormente nunca obtenida en cuanto a la certificación ISO se refiere.

Para obtener esta información se ha consultado la Entidad de Acreditación (ENAC)

que ha permitido identificar las empresas que están capacitadas para realizar la certificación de sistemas de gestión basados en las normativas ISO 9001 y 14001. Una vez obtenida esta información, se ha contactado con estas organizaciones certificadoras para la solicitud de información sobre los hoteles que poseen alguna de estas certificaciones. En este artículo se exponen los resultados obtenidos a fecha del primer trimestre del 2014.

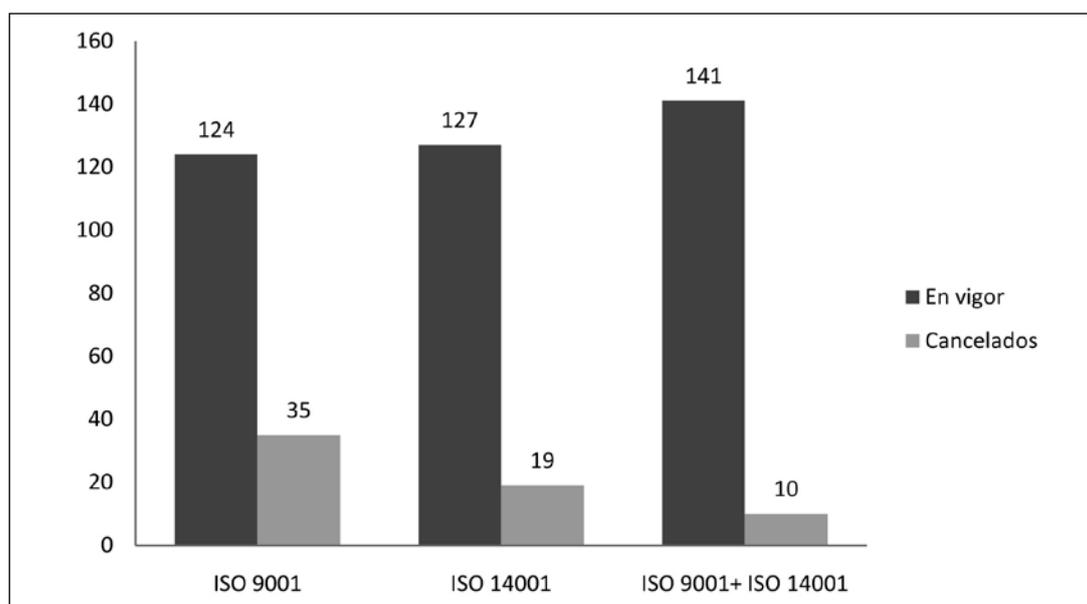
Según información suministrada por ENAC, existen en España 16 entidades acreditadas para la certificación en el sector de hoteles y restaurantes de sistemas de calidad y gestión medioambiental y 4 entidades acreditadas solo para la certificación de

sistemas de calidad. En el presente estudio se ha constatado que Bureau Veritas, TUV Rheindland y AENOR son las entidades certificadoras que ocupan las tres primeras posiciones en cuanto a número total de certificados emitidos.

IV.2. Hoteles con sistemas certificados según la normativa ISO 9001 y la ISO 14001

Respecto al ámbito de la calidad, nacida en el año 1987, la norma Internacional ISO 9001 de Gestión de la Calidad, está orientada al aseguramiento de la Calidad del Servicio y a aumentar la satisfacción del cliente. Esta norma (AENOR, 2000 y 2008)

Gráfico 1
Número de hoteles certificados con sistemas ISO. España 2014



FUENTE: Elaboración propia.

adaptable a cualquier sector y actividad es reconocida internacionalmente en más de 180 países y su aplicación por parte de las empresas e instituciones públicas sigue creciendo continuamente. Ofrece las pautas a seguir para la implantación de un sistema de gestión de la calidad y la mejora continua de la misma en la empresa. Es voluntaria y certificable.

En cuanto al ámbito de medio ambiente, la norma ISO 14001 (AENOR, 2004) de carácter internacional, creada en 1996 y revisada posteriormente en varias ocasiones, determina los pasos y procedimientos necesarios para implantar en la empresa un sistema de gestión ambiental. Básicamente, a partir de la identificación de los impactos ambientales que produce la empresa, se determinan los procedimientos para su control y gestión, con la finalidad de reducirlos o eliminarlos, en un proceso de mejora continua similar al de la ISO 9001. Es voluntaria y certificable.

Después de obtener la información recibida de las empresas acreditadas por ENAC para certificar hoteles en España con sistemas de calidad y gestión ambiental, se constata que en España han otorgado 310 certificados ISO 9001 (265 en vigor y 45 cancelados), 297 certificados ISO 14001 (268 en vigor y 29 cancelados). Los certificados se reparten en un total de 456 hoteles (ver cuadro 4).

En el cuadro 5 se muestra la distribución de los certificados emitidos en función de la categoría del establecimiento hotelero. Como se puede observar, el 60 % de los certificados corresponden a hoteles de cuatro

Cuadro 5
Hoteles certificados con sistemas ISO por categoría

Categoría	Total	% sobre el total de hoteles certificados
1	5	2 %
2	16	3 %
3	121	26 %
4	274	60%
5	40	9 %
Total	456	100%

FUENTE: Elaboración propia.

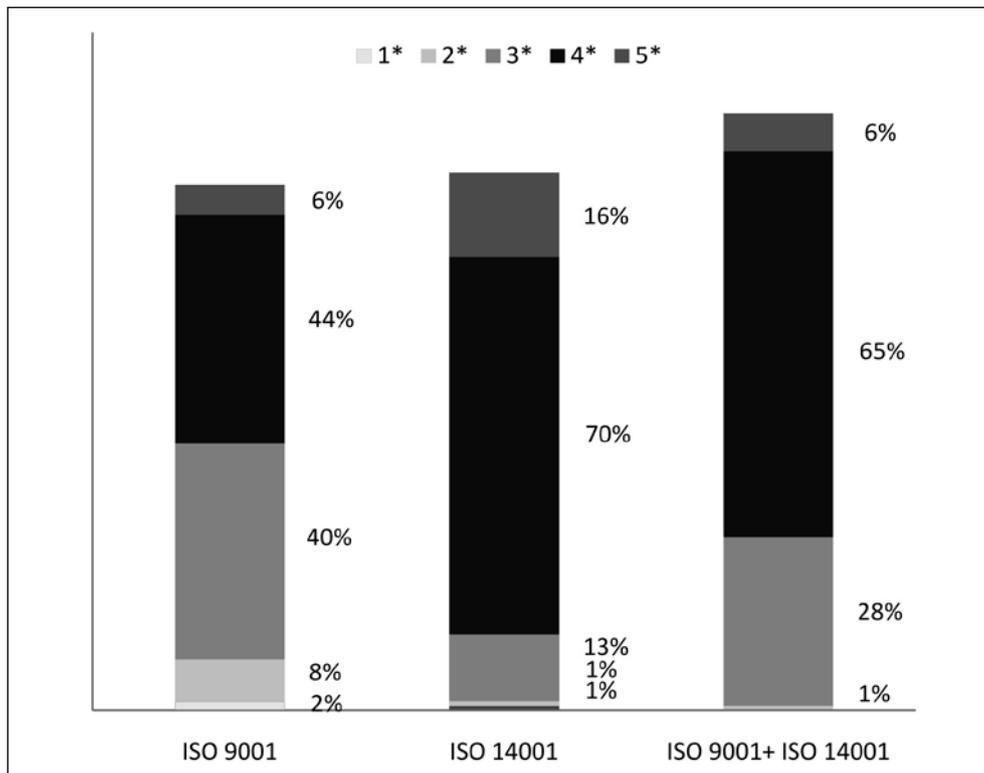
estrellas, seguidos por los hoteles de tres estrellas con un 26 % de los certificados.

La mayoría de los hoteles (ver gráfico 2) que han conseguido el certificado ISO 9001 son hoteles de cuatro estrellas (44%) y de tres estrellas (40%), seguidos por los de dos estrellas (8%), los de cinco estrellas (6%) y por último, los de una estrella (2%).

En cuanto a los hoteles que cuentan con el certificado ISO 14001, la mayoría son hoteles de cuatro estrellas (70%), seguidos por los de cinco estrellas (16%), a continuación los de tres estrellas (13%), y para finalizar los de una y dos estrellas, que representan ambas categorías sólo un 1% del total de hoteles certificados con ISO 14001.

Con respecto a los hoteles que han conseguido ambos tipo de certificados, la mayoría son hoteles de cuatro estrellas (65%), seguidos por los de tres estrellas (28%), los de cinco estrellas (6%) y por último los de dos estrellas (1%), mientras que se puede apre-

Gráfico 2
Número de hoteles certificados con sistemas ISO. España 2014



FUENTE: Elaboración propia.

ciar que no existe ningún hotel de una estrella que cuente a día de hoy con los dos tipos de certificados (ISO 9001 y ISO 14001).

En cuanto a la distribución por comunidades autónomas de estos certificados, la mayoría de los hoteles certificados con ISO 9001 están situados en Cataluña (33,9%), seguido por la Comunidad Valenciana (16,1%) y Baleares (11,3%). En cuanto a los hoteles que han obtenido el certificado ISO 14001, la mayoría están situados en Baleares (27,6%), seguido por Andalucía (25,2%)

y Canarias (15,7%). Con respecto a los hoteles que han sido certificados tanto con ISO 9001, como también con ISO 14001, la mayoría están ubicados en Andalucía (18,4%), seguido por Baleares (17,7%) y Castilla León (10,6%).

En cuanto al cálculo del porcentaje de hoteles certificados en vigor respecto al total de hoteles, este es del 4,3% (392 hoteles), siendo el 1,36% los que cuentan con el certificado ISO 9001 y el 1,39% los que poseen la ISO 14001, y el 1,55% los que os-

Cuadro 6
Porcentaje hoteles certificados sobre el total español por categorías

Categoría hoteles	Número hoteles en España	% hoteles certificados con ISO 9001	% hoteles certificados con ISO 14001	% hoteles certificados con ISO 9001+ ISO 14001
5	271	2,58%	7,38%	3,32%
4	2.304	2,34%	3,86%	3,95%
3	3.029	1,68%	0,53%	1,32%
2	2.152	0,46%	0,05%	0,05%
1	1.365	0,15%	0,07%	-
TOTAL	9.121	1,36%	1,39%	1,55%

FUENTE: Elaboración propia.

tentan ambos certificados. Los porcentajes de hoteles certificados respecto al total de establecimientos de su categoría se muestran en el cuadro 6.

En el caso de los hoteles certificados con ISO 9001, y respecto a la totalidad de hoteles en España de su misma categoría, el porcentaje más elevado pertenece a los hoteles de cinco estrellas (2, 58% de los hoteles de cinco estrellas ubicados en España cuentan con este certificado). De igual manera, el porcentaje más elevado de hoteles certificados con ISO 14001 en base al total de establecimientos por categoría pertenece a los hoteles de cinco estrellas (7, 38% de los hoteles de cinco estrellas ubicados en España cuentan con este certificado). Por otra parte, en el caso de los hoteles que cuentan con ambos certificados ISO: 9001 y 14001, el mayor porcentaje pertenece a los hoteles de cuatro estrellas (3, 95% de los hoteles de cuatro estrellas ubicados en España cuentan con ambos certificados).

IV.3 La certificación ambiental europea EMAS

El EMAS (Parlamento Europeo, 2009) es un reglamento de la Unión Europea de gestión y auditoría ambiental de carácter voluntario que incorpora los requisitos de la norma ISO 14001 para la implantación de un sistema de gestión ambiental, con la diferencia que exige a las empresas la publicación y comunicación de una declaración ambiental con los resultados obtenidos por la empresa en materia ambiental. Un prueba de fuego que demuestra el liderazgo y compromiso real de la dirección en este sentido, y que contempla el concepto de “rendición de cuentas” de la responsabilidad social. Es voluntario y certificable.

El Reglamento europeo EMAS (Eco-Management and AuditScheme) fue creado con el Reglamento (CEE) N° 1836/93 del Consejo y fue revisado posteriormente en varias ocasiones.

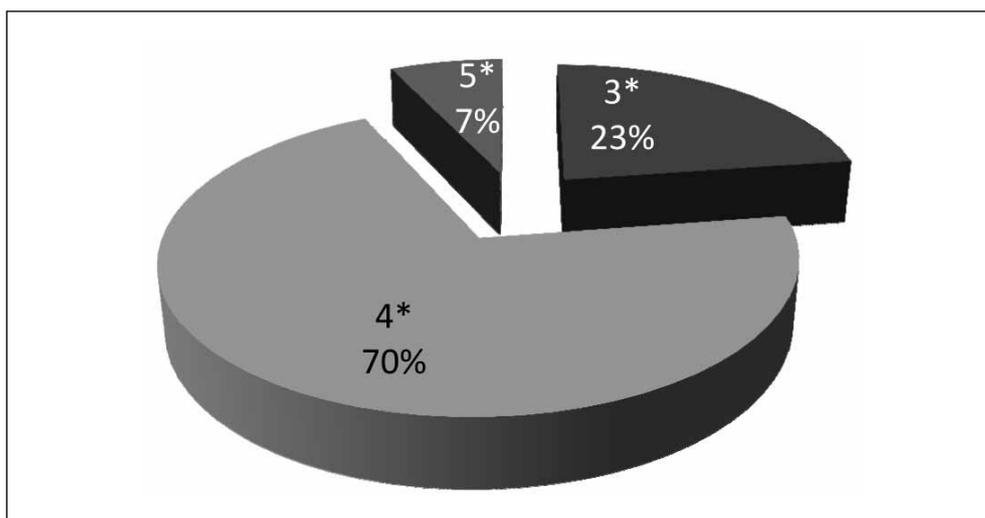
Según la información de la Comisión Europea, la información subministrada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y por los organismos públicos de gestión medioambiental de cada Comunidad Autónoma, los establecimientos hoteleros de España que han obtenido el certificado EMAS son actualmente 128.

En cuanto a la distribución de estos hoteles por comunidades autónomas, la comunidad autónoma que cuenta con el mayor porcentaje (21,1%) de hoteles certificados con EMAS es Baleares (27 hoteles). A continuación le siguen Andalucía (13,3%; 17 hoteles), Cataluña (12,5%; 16 hoteles), Castilla y León (10,2%; 13 hoteles), Canarias (9,4%; 12 hoteles), Galicia (7%; 9 hoteles), Castilla La Mancha y Extremadura (5,5%; 7 hoteles), Comunidad Valenciana, Aragón, Cantabria y Comunidad de Madrid (2,3%;

3 hoteles), País Vasco y La Rioja (1,6%; 2 hoteles), Comunidad Floral de Navarra, Principado de Asturias, Ciudad Autónoma de Ceuta y Ciudad Autónoma de Melilla (0,8%; 1 hotel).

La mayoría de los hoteles (ver gráfico 3) que cuentan con el certificado EMAS son hoteles de cuatro estrellas (70%), seguidos por los de tres estrellas (23%) y por último, los hoteles de cinco estrellas (7%). Por lo tanto, podemos observar que la mayoría de hoteles que cuentan con el sistema comunitario de gestión y auditoria medioambientales (EMAS) son hoteles de media y alta categoría (4 y 3 Estrellas), mientras que los hoteles de lujo o gran lujo (5 Estrellas) tienen poca representación y los de baja categoría (1 y 2 Estrellas) ninguna dentro del total de hoteles certificados de España.

Gráfico 3
Porcentaje certificación EMAS por categorías. España 2014



FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 7

Certificación EMAS por categoría respecto al total hoteles en España

Categoría hoteles	Número hoteles en España	% hoteles certificados con EMAS
Cinco estrellas	271	3,32%
Cuatro estrellas	2.304	3,91%
Tres estrellas	3.029	0,96%
Dos estrellas	2.152	-
Una estrella	1.365	-
TOTAL	9.121	1,40%

FUENTE: Elaboración propia.

En base al total de los hoteles situados en España (9.121), el 1,4% (128 hoteles) cuenta con el certificado EMAS. El porcentaje más elevado de este certificado por categorías pertenece a los hoteles de cuatro estrellas, con un 3,91% del total de hoteles de esta categoría; seguido de cerca por los hoteles de cinco estrellas, con un porcentaje de 3,32%; mientras que del total de hoteles de tres estrellas, solo un 0,96% cuentan con el certificado EMAS (ver cuadro 7).

IV.4 La certificación de calidad del ICTE: la marca de calidad Q

El modelo español de calidad turística (ICTE, 2012) es una iniciativa pionera a nivel internacional que persigue la mejora de la competitividad del turismo español; se trata de un instrumento voluntario creado por el propio sector en año 2000 (con años previos preparación y prueba) con la ayuda y liderazgo de la administración estatal, y complementa los requisitos normativos

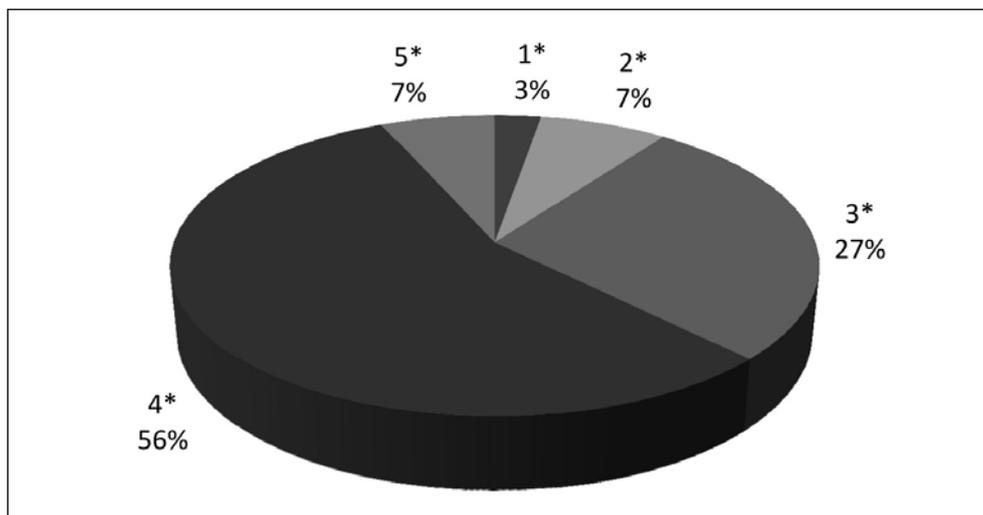
que han de cumplir las empresas turísticas relativas a los componentes del servicio. Está diseñado como un sistema de garantía y mejora continua de la calidad, y en este sentido, es perfectamente compatible con la norma internacional ISO 9001.

Los hoteles que han obtenido el certificado “Q” de Calidad Turística Española son 408 hasta la fecha de cierre de esta investigación (ICTE, 2014).

La mayoría de estos establecimientos están situados en Andalucía (15,2%). A continuación, le siguen la Comunidad Valenciana (11,8%), Galicia (11%), Cataluña (9,1%), Canarias (7,4%), Baleares (6,9%), Castilla y León (6,6%), País Vasco (6,1%), Castilla La Mancha (4,9%), Extremadura (3,9%), Aragón (3,7%), Comunidad Floral de Navarra (3,2%), Principado de Asturias (2,9%), Cantabria (2,7%), Región de Murcia (1,7%), Comunidad de Madrid (1,2%), La Rioja (1,2%) y en por último, la Ciudad Autónoma de Ceuta (0,2%) y Ciudad Autónoma de Melilla (0,2%).

Más de la mitad de los hoteles (ver gráfico 4) que tienen el certificado de la Marca “Q” de Calidad Turística son hoteles de 4 estrellas (56%), seguidos por los hoteles de 3 estrellas (27%), los de 2 estrellas (7%), los de 5 estrellas (7%), y por último los de 1 estrella (3%). Por lo tanto, se puede observar que la mayoría de hoteles que cuentan con la Marca “Q” son hoteles de media y alta categoría (4 y 3 Estrellas), mientras que los hoteles de baja categoría (1 y 2 Estrellas) y los de lujo o gran lujo (5 Estrellas) tienen poca representación dentro del total de hoteles certificados con la marca “Q” en España.

Gráfico 4
Distribución del total de certificados “Q” por categorías. España 2014



FUENTE: Elaboración propia.

Del total de estos hoteles (ver cuadro 8), el 4,47% (408 hoteles) cuentan con la marca Q de Calidad Turística Española. El por-

centaje más elevado por categoría pertenece a los hoteles de cinco estrellas (9, 96% de los hoteles de cinco estrellas ubicados en España cuentan con este certificado), seguido muy de cerca por los hoteles de cuatro estrellas con un porcentaje de 9,90%. Del total de hoteles de tres estrellas ubicados en España, un 3,70% cuentan con la marca Q, mientras que un 1,39% de los hoteles de dos estrellas están certificados y solo un 0,81% de los hoteles de una estrella cuentan con el certificado Q.

Cuadro 8
Hoteles certificados con Q por categoría respecto al total de hoteles

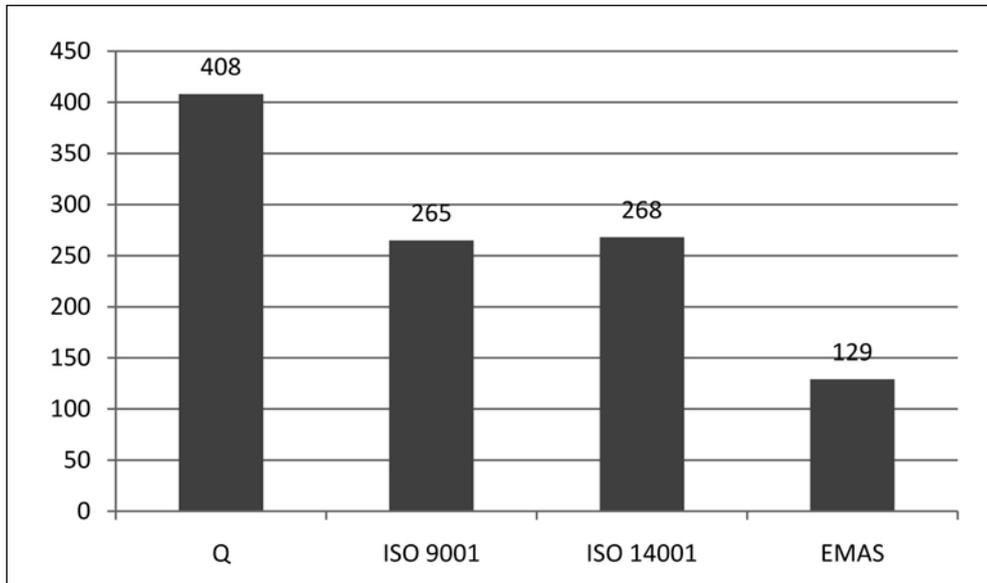
Categoría hoteles	Número hoteles en España	% hoteles certificados con Q por categoría
Cinco estrellas	271	9,96%
Cuatro estrellas	2.304	9,90%
Tres estrellas	3.029	3,70%
Dos estrellas	2.152	1,39%
Una estrella	1.365	0,81%
TOTAL	9.121	4,47%

FUENTE: Elaboración propia.

IV.5. Visión global del estado de certificación de la planta hotelera española

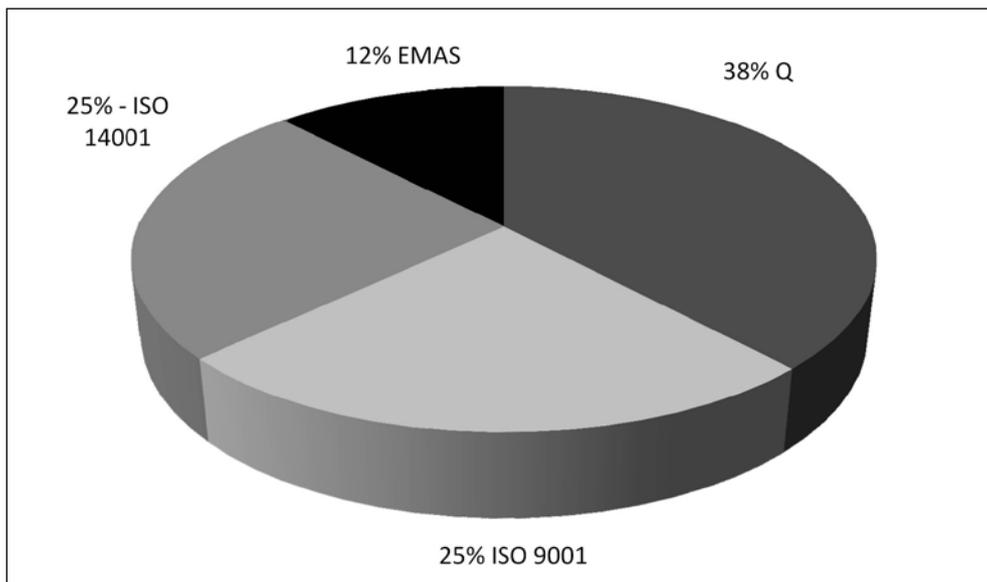
Actualmente en el Estado Español existen 1.069 certificaciones de calidad y/o medio ambiente, con una dotación de 408

Gráfico 5
Número de certificaciones por tipología. España 2014



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 6
Porcentaje de certificaciones por tipología



FUENTE: Elaboración propia.

certificados de Q de Calidad Turística en España, 265 certificados en ISO 9001, 268 certificados en ISO 14001 y 128 certificados EMAS, repartidos en un total de 643 establecimientos hoteleros (ver gráficos 5 y 6).

IV.6. Combinación de los diferentes certificados

A continuación (ver celdas sombreadas en cuadro 9) se detalla el número de establecimientos que poseen una certificación sin ninguna combinación con otros certificados, así como el número de hoteles que combina más de una certificación (ver cuadro 9 y 10). De este modo, y a modo de ejemplo, se puede observar que de los 268 establecimientos hoteleros que poseen la certificación ISO 9001, 92 establecimientos tienen sólo esta certificación; el resto, 176 hoteles, han obtenido además de la certificación ISO 9001, otra u otras certificaciones. Continuando con este ejemplo, podemos observar que

Cuadro 9
Hoteles con una única certificación y combinación con otra certificación

	... Q	... ISO 9001	... ISO 14001	... EMAS
Q + ...	237	31	28	5
ISO 9001 + ...	31	92	31	1
ISO 14001 + ...	28	31	64	31
EMAS + ...	5	1	31	9

FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 10
Hoteles con combinaciones de más de dos certificaciones

Certificaciones	Establecimientos
Q + ISO 9001 + ISO 14001	32
Q + ISO 9001 + EMAS	0
Q + ISO 14001 + EMAS	4
ISO 9001 + ISO 14001 + EMAS	7
Q + ISO 9001 + ISO 14001 + EMAS	71

FUENTE: Elaboración propia.

existen 31 establecimientos que poseen la certificación Q del ICTE y la certificación ISO 9001; o 28 establecimientos que han obtenido la Q del ICTE y la certificación ISO 14001.

IV.7. Número total de certificados por categoría de hoteles

Los establecimientos hoteleros españoles poseen un total de 1069 certificados (ISO 9001, ISO 14001, EMAS, Q) repartidos entre 643 hoteles (7,05% sobre el total de hoteles), con una media de 1,66 certificados por hotel certificado (ver cuadro 11).

Asimismo, se puede observar que el porcentaje de certificaciones más elevado pertenece a los hoteles de cinco estrellas (el 17,71% de los hoteles de cinco estrellas de España cuenta con mínimo uno de los certificados ISO 9001/ ISO 14001/ EMAS/ Q), sumando un total de 81 certificados, repartidos entre 48 establecimientos, con una media de 1,69 certificados por hotel certificado.

Cuadro 11
Número total de certificados por categoría hotelera

Categoría hoteles	Número hoteles en España	% hoteles certificados con mínimo uno de los certificados ISO 9001/ ISO 14001/ EMAS/ Q	Número hoteles certificados	Número total de certificados	Media certificados por hotel certificado
Cinco estrellas	271	17,71%	48	81	1,69
Cuatro estrellas	2.304	15,80%	364	643	1,77
Tres estrellas	3.029	5,84%	177	287	1,62
Dos estrellas	2.152	1,95%	42	43	1,02
Una estrella	1.365	0,88%	12	15	1,25
TOTAL	9.121	7,05%	643	1.069	1,66

FUENTE: Elaboración propia.

A continuación, los hoteles de cuatro estrellas presentan un porcentaje de 15,80% hoteles certificados del total de establecimientos de esta categoría ubicados en España, seguidos por los hoteles de tres estrellas (5,84% del total de hoteles de tres estrellas de España cuentan con al menos uno de los certificados aquí estudiados), mientras que los hoteles de dos y una estrella tienen los menores porcentajes: 1,95% de los hoteles de dos estrellas y 0,88% de los hoteles de una estrella ubicados en España cuentan con mínimo uno de los certificados ISO 9001/ ISO 14001/ EMAS/ Q.

De igual manera, la categoría de hoteles que cuenta con la mayor media de certificados por hotel certificado (1,77) es la de cuatro estrellas.

V. REFLEXIONES FINALES

En el presente trabajo se ha podido demostrar las coincidencias existentes entre las dimensiones y ámbitos de la gestión de

la calidad y del medio ambiente en lo que respecta al desarrollo de la RSE. Los principios éticos, la orientación empresarial hacia los grupos de interés de la organización y su satisfacción, la consideración de la eficacia y eficiencia empresarial a nivel económico, la mejora continua y la innovación, así como el respeto del entorno, son las principales dimensiones compartidas según la literatura y principales autores relacionados con esta temática.

Así mismo, destaca la relación de mutualismo y simbiosis que se puede establecer entre los sistemas de gestión excelentes (calidad y medioambiente) y la RSE, dado que la implantación de cualquier de estos sistemas facilita el desarrollo del resto según la mayoría de los autores, siendo en sí mismos vehículos eficaces y facilitadores para su integración en el funcionamiento de la organización y en su estrategia.

Sin embargo, el sector debe estar atento en no orientarse exclusivamente hacia el rediseño de sus procesos, sino en conseguir

mejorar los resultados obtenidos a través de la mejora de los mismos; este es un peligro que ha sido identificado en la revisión de la literatura y que supone una correcta implantación de estos sistemas y un reto de superación para el sector.

La investigación ha ofrecido una fotografía del estado de implantación hasta el primer trimestre del 2014 de los sistemas de calidad basados en la normativa internacional ISO 9001 y en la marca española Q del ICTE, y de los sistemas de gestión ambiental basados en la normativa internacional ISO 14001 y el reglamento europeo EMAS, en el sector hotelero con sede en territorio español.

Los datos obtenidos dibujan un sector hotelero comprometido con la calidad y el medio ambiente en las categorías superiores de 5 y 4 estrellas, que se encuentra en una situación adecuada para afrontar el reto de implantar políticas y acciones de RSE. Ello supondría una evolución del grado de compromiso de este sector con la responsabilidad y la sostenibilidad económica, social y ambiental, y una respuesta contundente a las exigencias de los clientes y la sociedad en general, contribuyendo a la mejora de la competitividad del sector turístico español y valor añadido ofrecido a los millones de turistas que visitan este país.

Se ha podido comprobar que los hoteles con más certificados y más candidatos a mejorar su nivel de responsabilidad, se encuentran en las comunidades autónomas con más éxito turístico, donde los niveles de competitividad son más elevados, así como donde la presión que ejerce la actividad tu-

rística sobre el entorno también es superior. El desarrollo de las diferentes dimensiones de la RSE contribuiría directamente y positivamente a rebajar esta presión, mejorando la calidad de vida de los grupos de interés implicados (turistas, población local, empleados, comercios, etc.).

BIBLIOGRAFÍA

- AENOR - ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE NORMALIZACIÓN y CERTIFICACIÓN (2000): *UNE-EN-ISO 9001: 2000*. Disponible en: http://www.megasl.net/pdf/iso_sp.pdf
- AENOR - ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE NORMALIZACIÓN y CERTIFICACIÓN, (2004): *UNE-EN- ISO 14001*. Disponible en: <http://www.tolder.es/sitefiles/documentos/ga01.pdf>
- AMAESHI, K. M., ADI, B. C., OGBECHIE, C., & AMAO, O. O. (2006): *Corporate social responsibility in Nigeria*. En: *Journal of CorporateCitizenship*, 2006(24), 83-99.
- BANSAL, P., & HUNTER, T. (2003): *Explicaciones estratégicas para la pronta adopción de la norma ISO 14001*. En: *Journal of Business Ethics* , 46 (3), 289-299.
- BARCELLOS, L. & GIL, A. M. (2011): *Los desafíos para la sostenibilidad empresarial en el siglo XXI*. En: *Revista Galega de Economía*, 2011, vol. 20, no 2, p. 1.
- BIGNE, E., CHUMPITAZ, R., ANDREU, L. & SWAEN, V. (2005): *Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis cross-cultural*. En: *Universia Business Review*, (5), 14-27.
- BOHDAN, W. & PRZASNYSKI, Z. (1999): *Total quality requires serious training*. En: *Quality Progress*, October, pp. 63-73.
- CARROLL, A. B. (1979): *A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance*. En: *Academy of Management Review* 4(4), 497-505.

- CARROLL, A. B. (1991): *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. En: *Business Horizons* 34(4), 39–48.
- CARROLL, A. B. (1999): *Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct*. En: *Business & Society* 38(3), 268–295.
- Carroll, A. B. (2000): *A Commentary and an Overview of Key Questions on Corporate Social Performance Measurement*. En: *Business & Society* 39(4), 466–478.
- CASTKA, P., BAMBER, C. J., BAMBER, D. J., & SHARP, J. M. (2004)/ a: *Integrating corporate social responsibility (CSR) into ISO management systems— in search of a feasible CSR management system framework*. En: *The TQM Magazine*, 16(3), 216–224.
- CASTKA, P., BALZAROVA, M. A., BAMBER, C. J., & SHARP, J. M. (2004)/b: *How can SMEs effectively implement the CSR agenda? A UK case study perspective*. En: *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 11(3), 140–149.
- CCE - COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001): *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. COM (2001) 366 final. Bruselas, 18.7.2001*. Consultado el 19 de marzo del 2014 en: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf
- CCE - COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, (2002): *Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible COM(2002) 347 final. Bruselas, 2.7.2002*. Consultado el 15 de abril del 2014 en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:es:PDF>
- CLARKSON, M. E. (1995): *A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance*. En: *Academy of management review*, 20(1), 92–117.
- CURKOVIC, S. (2003): *Environmentally responsible manufacturing: the development and validation of a measurement model*. En: *European Journal of Operational Research*, 146(1), 130–155.
- D'APRILE, G., & TALÒ, C. (2013): *Measuring Corporate Social Responsibility as a Psychosocial Construct: A New Multidimensional Scale*. En: *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 1–23.
- DAHLSTRUD, A. (2008): *How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions*. En: *Corporate social responsibility and environmental management*, 15(1), 1–13.
- DOPICO PARADA, A., RODRÍGUEZ DAPONTE, R. & GONZÁLEZ VÁZQUEZ, E. (2014): *Valoración de la RSC por el consumidor y medición de su efecto sobre las compras*. En: *Revista de Administração de Empresas*, 54(1).
- ENAC. ENTIDAD NACIONAL DE ACREDITACIÓN (2013). Consultado el 15 de septiembre del 2013 en: <http://www.enac.es/>
- ESROCK, S. L., & LEICHTY, G. B. (1998): *Social responsibility and corporate web pages: self-presentation or agenda-setting?*. En: *Public relations review*, 24(3), 305–319.
- FREDERICK, W. C. (1994): *From CSR1 to CSR2 The Maturing of Business-and-Society Thought*. En: *Business & Society*, 33(2), 150–164.
- FREDERICK, W. C. (1998): *Moving to CSR What to Pack for the Trip*. En: *Business & Society*, 37(1), 40–59.
- FREEMAN, R.E., (1984): *Strategic Management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman Publishing Inc, 46.
- GHOBIADIAN, A.; GALLEAR, D. y HOPKINS, M. (2007): *“TQM and CSR nexus”*. En: *International Journal of Quality & Reliability Management*, 24(7), 704–721.
- GULYÁS, Á. (2009): *Corporate social responsibility in the British media industries - preliminary findings*. En: *Media, Culture & Society*, 31(4), 657–668.

- ICTE. INSTITUTO PARA LA CALIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA (2013). Consultado el 10 de noviembre del 2013 en: <http://www.ictes.es/>
- IDEMUDIA, U. (2008): *Conceptualising the CSR and development debate*. En: *Journal of Corporate Citizenship*, 2008(29), 91-110.
- INE - INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2013). Encuesta de ocupación hotelera. Consultado el 15 de diciembre del 2013 en: <http://www.ine.es/>
- JAMROZY, U. (2007): *Marketing of tourism: a paradigm shift toward sustainability*. En: *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(2), 117-130.
- LANTOS, G.P., (2001): *The boundaries of strategic corporate social responsibility*. En: *Journal of consumer marketing*, 18 (7), pp. 595-632.
- MAIGNAN, I., & FERRELL, O. C. (2001): *Corporate citizenship as a marketing instrument-Concepts, evidence and research directions*. En: *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 457-484.
- MAIGNAN, I., FERRELL, O., & HULT, G. (1999): *Corporate citizenship: cultural antecedents and business benefits*. En: *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(4), 455-469.
- MARGOLIS, J. D. AND WALSH, J. P. (2003): *Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business*. En: *Administrative Science Quarterly*, 48, 268-305.
- MARTÍNEZ, P., PÉREZ, A., & RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I. (2013): *Measuring corporate social responsibility in tourism: Development and validation of an efficient measurement scale in the hospitality industry*. En: *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(4), 365-385
- MAYERS, J. (2005): *Análisis del Poder de las Partes Interesadas*. En: *International Institute for Environment and Development*.
- MCADAM, R., & LEONARD, D. (2003): *Corporate social responsibility in a total quality management context: opportunities for sustainable growth*. En: *Corporate Governance*, 3(4), 36-45.
- MCGUIRE, J.W., (1963): *Business and society (Vol. 144)*. New York: McGraw-Hill.
- MCWILLIAMS, A., & SIEGEL, D. (2001): *Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective*. En: *Academy of management review*, 26(1), 117-127.
- MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES DE ESPAÑA (2007): *Informe del foro de expertos en RSE*. Disponible en: http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/foro_expertos/contenidos/INFORME_FOROEXPERTOS_RSE.pdf
- MOIR, L. (2001): *¿Qué se entiende por responsabilidad social corporativa?* En: *Gobierno corporativo*, 1 (2), 16-22.
- PANWAR, R., RINNE, T., HANSEN, E., & JUSLIN, H. (2006): *Corporate responsibility: balancing economic, environmental, and social issues in the forest products industry*. En: *Forest Products Journal*.
- PARLAMENTO EUROPEO, (2001): *Reglamento (CEE) n° 761/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de marzo de 2001, por el que se permite que las organizaciones se adhieran con carácter voluntario a un sistema comunitario de gestión y auditoría medioambiental (EMAS)*. En: *Diario Oficial de la Unión Europea*, 114 (24.04), pp. 01.
- PARLAMENTO EUROPEO, (2009): *Reglamento (CEE) N° 1221/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2009, relativo a la participación voluntaria de organizaciones en un sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales (EMAS), y por el que se derogan el Reglamento (CE) no 761/2001 y las Decisiones 2001/681/CE y 2006/193/CE de la Comisión*. En: *Diario Oficial de la Unión Europea*, 342 (22.12), pp. 01.
- PERRINI, F. (2006): *SMEs and CSR theory: evidence and implications from an Italian perspective*. En: *Journal of Business Ethics*, 67(3), 305-316.

- PESMATZOGLU, D., NIKOLAOU, I. E., EVANGELINOS, K. I., & ALLAN, S. (2012): *Extractive multinationals and corporate social responsibility: a commitment towards achieving the goals of sustainable development or only a management strategy?*. En: Journal of International Development.
- POST, J.E.; PRESTON, L.E.; SACHS, S. (2002): *Managing the Extended Enterprise: The New Stakeholder View*. En: California Management Review, 45 (1), pp. 5-28.
- RAHMAN, N., & POST, C. (2012): *Measurement issues in environmental corporate social responsibility (ECSR): Toward a transparent, reliable, and construct valid instrument*. En: Journal of business ethics, 105(3), 307-319.
- RAHMAN, S. (2011): *Evaluation of definitions: ten dimensions of corporate social responsibility*. En: WorldReview of Business Research, 1(1), 166-176.
- SGT -SECRETARIA GENERAL DE TURISMO- (2007): *Plan del Turismo Español Horizonte 2020. Documento ejecutivo*. Disponible en: http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Documentos%20Vision%20Destino%20Espaa/Plan_Turismo_Espa%C3%B1ol_Horizonte_2020_0812.pdf
- TIMUR, S., & GETZ, D. (2009): *Sustainable tourism development: How do destination stakeholders perceive sustainable Urban Tourism?* En: Sustainable Development, 17(4), 220-232.
- PANAPANANAN, V., LINNANEN, L., KARVONEN, M., & PHAN, V. (2003): *Roadmapping corporate social responsibility in Finnish companies*. En: Journal of Business Ethics, 44(2-3), 133-148.
- TINSA RESEARCH (2014): *Notas de coyuntura Mercado de inversion. Mercado hotelero*. Disponible en: <http://www.tinsa.es/es/research/notas-coyuntura/inversion/hotelero>
- TURKER, D. (2009): *Measuring corporate social responsibility: A scale development study*. En: Journal of Business Ethics, 85(4), 411-427.
- VAN DER WIELE, T., KOK, P., MCKENNA, R., & BROWN, A. (2001): *A corporate social responsibility audit within a quality management framework*. En: Journal of Business Ethics, 31(4), 285-297.
- VAN MARREWIJK, M. (2003): *Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion*. En: Journal of business ethics, 44(2-3), 95-105.
- WADDOCK, S., & BODWELL, C. (2004): *Managing responsibility: what can be learned from the quality movement?* En: California Management Review, 47(1), 25-37.
- WAGNER, T., BICEN, P., & HALL, Z. R. (2008): *The dark side of retailing: towards a scale of corporate social irresponsibility*. En: International Journal of Retail & Distribution Management, 36(2), 124-142.
- WARTICK, S. L., & COCHRAN, P. L. (1985): *The evolution of the corporate social performance model*. En: Academy of management review, 10(4), 758-769.
- WEBER, M. (2008): *The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR*. En: European Management Journal, 26(4), 247-261.
- WILLIAMSON, D., LYNCH-WOOD, G., & RAMSAY, J. (2006): *Drivers of environmental behaviour in manufacturing SMEs and the implications for CSR*. En: Journal of Business Ethics, 67(3), 317-330.
- WITHANACHCHI, N., HANDA, Y., KARANDAGODA, K., PATHIRAGE, P., TENNAKON, N., & PULLAPERUMA, D. (2007): *TQM emphasizing 5-S principles: a breakthrough for chronic managerial constraints at public hospitals in developing countries*. En: International Journal of Public Sector Management, 20(3), 168-177.
- WOOD, D. J. (1991): *Corporate social performance revisited*. En: Academy of management review, 16(4), 691-718.

ZAPATA-GÓMEZ, A., & SARACHE-CASTRO, W. A. (2013): *Calidad y responsabilidad social empresarial: un modelo de causalidad*. En: *Dyna*, 80(177), 31-39.

ZEITHAML, V. A., BERRY, L. L., & PARASURAMAN, A. (1992): *Calidad total en la gestión de servicios*:

Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores. Madrid: Ed. Díaz de Santos.

ZWETSLOOT, G. I. (2003): *From management systems to corporate social responsibility*. En: *Journal of Business Ethics*, 44(2-3), 201-208.