

¿Qué acciones están tomando las empresas hoteleras para obtener los beneficios al emplear una estrategia de conversión hacia el carbono neutral?

Rebeca Díaz Calderón¹, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, Costa Rica.

Agosto del año 2011.

¹Rebeca Díaz Calderón es Bachiller de la carrera de Relaciones Internacionales en la Universidad Latina de Costa Rica. Su visión va más allá de tan solo los negocios, ya que su principal interés es el de impulsar el desarrollo sostenible en las empresas para poder reducir costos y aumentar beneficios al medio ambiente. También, en el campo político se desarrolló como asesora de la Diputada Maureen Ballesteros y fue parte de la Comisión de Relaciones Internacionales y Comercio Exterior de la Asamblea Legislativa, al igual que del Quinto Foro Mundial del Agua en el cual participó en el equipo de trabajo para impulsarlo. Actualmente, se encuentra realizando su proyecto de graduación para obtener el título de Licenciada en Negocios Internacionales en la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología para poder desarrollarse profesionalmente en este campo. Contacto: rebediaz22@gmail.com

Resumen

El calentamiento global ha creado la necesidad en los países de preocuparse por el medio ambiente, en consecuencia, Costa Rica se ha propuesto adquirir la neutralidad del carbono para el 2021. Para ello, las empresas hoteleras deben compensar la cantidad de CO₂ que emiten mediante la implementación de medidas compensatorias, no obstante, de ellas no tienen conocimiento y no aprovechan los beneficios que se pueden obtener al incorporar dichas medidas. Es por ello que es necesario establecer un marco investigativo que permita conocer más a fondo los beneficios que podrían obtener al ser carbono neutral. La investigación pretende responder a la interrogante ¿conocen las empresas hoteleras los beneficios que podrían obtener al emplear una estrategia de conversión hacia el carbono neutral? Para lo cual se elaboró una encuesta a 54 hoteles que poseen certificados de sostenibilidad del Instituto Costarricense de Turismo, se consultó sobre medidas que toman para la protección del medio ambiente, viabilidad de hacer cambios a nivel estructural y administrativo, posibles ganancias y conocimiento de beneficios percibidos. Los datos obtenidos demuestran que se logró crear en las empresas la necesidad de informarse más sobre el tema, implementar cambios y evaluar futuras proyecciones hacia el carbono neutral, de manera que los hoteles puedan sacar provecho a la propuesta de Costa Rica. La información obtenida puede beneficiar tanto a empresas que poseen algún conocimiento de sostenibilidad como empresas que no poseen conocimiento pero les gustaría realizar cambios, sirviendo esta investigación como instrumento para que el sector turismo pueda cumplir con la neutralidad.

Abstract

Global warming has created the need in countries to protect the environment, due to this reason, Costa Rica has proposed to acquire carbon neutrality by 2021. Costa Rican hotel companies must offset the amount of CO₂ emitted, through the implementation of compensatory measures to obtain carbon neutrality, many of these companies have no knowledge or didn't take advantage of the benefits to be gained by implementing such measures. Therefore, it is necessary to establish a research framework that allows knowing more about the benefits to be gain when

companies are carbon neutral. The research aims to answer the question ¿did hotels companies know the benefits they might gain by employing a strategy of conversion to carbon neutrality? Developed surveys were applied to 54 hotels that are certified for sustainability from the Instituto Costarricense de Turismo. The survey consulted on measures taken to protect the environment, viability of making structural and administrative changes, the potential gains and knowledge of the benefits. The data show that the goal of creating the necessity to learn more about the issue was accomplished, as also the consideration of the implementation of changes and projections to assess future neutral carbon, so hotels can take advantage of the proposal of Costa Rica. This information can benefit both companies that have some knowledge of sustainability as companies that do not have knowledge but would like to make changes, aid this research as a tool for the tourism sector so they can meet the goal of being neutral carbon by 2021.

Introducción

Actualmente el problema con el cambio climático ha ido afectando las áreas tanto ambientales como económicas y sociales del mundo, por lo que el ser humano ha ido buscado métodos para mitigarlo. A pesar de su gravedad, existen soluciones que reducen el impacto que pueda tener este cambio en la población, como lo es buscar la neutralidad del carbono. Si se utiliza dicha iniciativa de neutralización, el cambio climático no afectaría las áreas de desarrollo del ser humano.

Al respecto, la idea básica de ser carbono neutral es extraer o adquirir del medio ambiente tanto dióxido de carbono (CO₂) como el que se está emitiendo. Por lo que se trata de reconocer el impacto que tienen los gases efecto invernadero (GEI), contabilizarlos y tomar medidas para la captación y reducción.

El Gobierno de Costa Rica, con una gran preocupación ambiental, se propuso llegar a ser un país carbono neutral para el 2021, según lo establecido en el Plan Nacional para el Cambio Climático (2006) y lo concretado con la creación de la Estrategia Nacional de Cambio Climático

(2008). Esta última impulsa a instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, a crear planes de gestión ambiental para alcanzar el objetivo de ser territorio libre de carbono.

A su vez, las empresas costarricenses deberían de cooperar con la iniciativa e implementar dentro de sus instalaciones medidas de cambio para lograr el objetivo del país. La incorporación de las empresas es fundamental porque solo el Estado como tal no puede cumplir con la meta de reducción de emisiones, de ahí que algunas empresas ya se encuentran implementando actividades necesarias para compensar las emisiones de GEI.

Tomando en cuenta la relevancia del tema ambiental y la gran popularidad que ha adquirido dentro de las compañías, especialmente en sectores donde se relacionan personas y medio ambiente, es que se determina el sector hotelero como principal fuente de investigación. Cabe destacar que este sector se ha preocupado por mantener un desarrollo sostenible (Instituto Costarricense de Turismo, 2011) y que no solo es él el que mayor beneficio tiene con la iniciativa, sino que también representa alrededor de un 6% del producto interno bruto del país (*America Global News*, 2011); cifra que podría aumentar si el país logra posicionarse en el mundo como el que no contribuye en su totalidad al calentamiento global.

Adquirir la neutralidad del carbono trae muchos beneficios, tanto a nivel nacional como internacional; el objetivo principal es convertir el país en sinónimo de compromiso con el desarrollo sostenible y en una nación líder en la lucha contra el cambio climático sin contribuir en su totalidad con la problemática ambiental actual (calentamiento global). También, en el nivel de empresas se presentará una reducción de costos de operación a largo plazo, una mitigación del problema ambiental y, por último, un prestigio a productos y servicios nacionales lo que llevaría a un posicionamiento con una estrategia de diferenciación entre sus competidores ya que hoy en día las personas se preocupan mucho por el medio ambiente y las compañías con alto nivel de sostenibilidad pueden ser más atractivas para inversión y turismo. Es por lo anterior que esta investigación se considera importante para los negocios internacionales, debido a que busca crear beneficios a empresas para que sean competitivas en mercados mundiales y así pueda crearse una

serie de actividades comerciales en el nivel internacional en las cuales la economía del país se verá privilegiada.

Considerando lo anterior, es que con esta investigación se pretende crear la necesidad en las empresas hoteleras de informarse sobre los beneficios que podrían obtener al implementar acciones que busquen adquirir la neutralidad del carbono. El estudio es importante puesto que actualmente uno de los sectores que favorece al desarrollo del país es el sector turístico, y por medio de la implementación de medidas sostenibles se puede llegar a mejorar el sector en general, buscando la apertura de las empresas al exterior para obtener mayores utilidades por medio de un mejor aprovechamiento de los recursos. Asimismo, este documento brindará ayuda al sector turístico en el sentido de que se realizará un análisis sobre qué están haciendo los hoteles y cuáles otras medidas podrían implementarse para mejorar su nivel de sostenibilidad.

Revisión bibliográfica

Costa Rica va a percibir la neutralidad del carbono como un proceso que responderá tanto a consideraciones de la normativa interna como a políticas internacionales, siempre buscando un crecimiento en los diferentes sectores económicos (Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones, 2008). En el nivel internacional, el Panel Internacional para el Cambio Climático estipula que adquirir el estatus de neutralidad es una manera fácil de cooperar con responsabilidad en la actual problemática ambiental, basándose en la premisa de que el cambio climático es un problema global, y que sin importar dónde se dé la reducción de emisiones, igual se va a dar un efecto positivo en el mundo porque la temperatura promedio de la Tierra ya empezó a incrementarse y podría llegar a elevarse, de no lograr establecer reducciones de emisiones de CO₂ en un 60-80% (Panel Internacional para el Cambio Climático, 2001).

Debido a esto, el país ha impulsado una estrategia de conversión para que las empresas adquieran la neutralidad del carbono. Esta estrategia fue impulsada en la administración del Ex Presidente de la República de Costa Rica, Dr. Óscar Arias Sánchez con la iniciativa “Paz con la

Naturaleza (2006)”; como parte de esta estrategia se creó el Plan Nacional de Cambio Climático para obtener una coordinación interinstitucional y así atender a los diferentes sectores del país. Para cumplir con el plan se creó la Estrategia Nacional de Cambio Climático (ENCC) que busca maximizar la competitividad de las empresas y a su vez la mitigación de la problemática ambiental actual (Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones, 2008).

La ENCC marca las pautas que deben seguir las empresas para ser acreditadas como carbono neutral; en primera instancia, se debe acudir a una empresa certificadora para iniciar el proceso de contabilización de emisiones, en el caso específico de Costa Rica, esta homologación se hace por medio de las normas ISO, en la serie Inte 14064- 1, 2,3 y 14065 (*International Organization for Standardization*, 2006). Luego de establecidas las cantidades de CO₂ que se genera, se empieza a analizar cuáles son las actividades que se deben realizar para mitigar las emisiones; seguidamente, se empiezan a implementar medidas de compensación de emisiones y, por último, se pueden llegar a catalogar como empresa C-Neutral porque compensó lo que contaminó.

Para medir el nivel de CO₂ emitido por las empresas, es necesario considerar tanto las fuentes directas como indirectas, muchas veces las fuentes indirectas no son consideradas (Piedmonte, 2009). A continuación, se presentan ejemplos de cuáles podrían ser las fuentes indirectas:

- Uso de energía como gas natural, propano y calefacción; la mayoría de las empresas solo contabilizan la energía eléctrica
- Desplazamiento de los colaboradores
- Distancia recorrida incluyendo carros de compañía, buses, vans, entre otras
- Volumen de residuos generados
- Energía utilizada en alojamiento
- Desplazamiento de clientes desde su lugar de origen hasta el destino
- Desplazamiento de clientes durante el viaje

En Costa Rica, se considera que una empresa es carbono neutral cuando sus emisiones de GEI son menores o igual a cero. Algunas formas de compensar las emisiones son: implementación de medidas de mitigación, eliminar las barreras al alto costo para aumentar los niveles de accesibilidad de los diferentes sectores, crear una disminución de la demanda por productos y servicios contaminantes, aplicación de las 3R (Reducir, Reciclar y Reutilizar), incrementar la utilización de tecnologías limpias, implementar medidas de reforestación, prevenir la deforestación; y la utilización de medios de transportes limpios o amigables con el ambiente (Mattio & Fernandez, 2011). Al implementar las medidas anteriores y muchas más, además de adquirir una política ambiental sostenible, le va a permitir a las empresas compensar sus emisiones (Gössling, 2009).

En cuanto a las empresas hoteleras, estas han ido avanzando en los últimos años, la gran mayoría de los hoteles tienen una amplia política ambiental lo que convierte al país en un destino ecológico. De igual manera, participan en programas comunitarios y establecen programas eco-amigables como parte de su plan de negocios, siempre tomando en cuenta el *comfort* para los visitantes (Instituto Costarricense de Turismo, 2011).

Dos ejemplos de hoteles costarricenses que han sabido establecer los parámetros necesarios para ser carbono neutral son el Hotel Presidente y Tabacón *Grand Spa Thermal Resort*. Ambos implementan medidas ambientales como: manejo de jardines con prácticas sostenibles como utilizar abono orgánico, protección de la flora y fauna, conservación del agua mediante el uso reducido y cierres automáticos, tratamiento de aguas residuales, reducción de uso de electricidad e utilización de nuevas fuentes de energía, compra de productos biodegradables, manejo de desechos, aplicación de programas de comunicación para huéspedes, entre otras (Mattio & Fernandez, 2011).

En Argentina, el primer hotel que adquirió la neutralidad fue el Hotel Moreno, el cual contrató a una empresa para la realización de un inventario sobre la cantidad de GEI que emitían y procedió a hacer su cálculo, en equivalencia en CO₂. Una vez obtenidos los resultados, empezó con la implementación de medidas compensatorias, por ejemplo, la “Reserva neutra de emisiones

de carbono” en las cuales se utilizan los mecanismos para el desarrollo limpio del Protocolo de Kioto a través de proyectos certificados e innovadores que utilicen tecnologías verdes o forestación sostenible para generar bonos de carbono. Estos bonos podrán ser utilizados y vendidos en diferentes mercados de carbono (Moreno Hotel, 2011).

Por otro lado, en Dinamarca, una serie de hoteles se ha unido para crear el primer grupo de hoteles CO₂ neutral los cuales han empezado a implementar siete planes aplicables a todos los hoteles, a saber (Brøchner, 2008):

1. Establecer grupos de trabajo para la creación de programas de reducción, tomando en cuenta los requerimientos ambientales que los proveedores acarrear.
2. Compra y venta de bonos de carbono equivalentes en mercados como el *Chicago Climate Exchange*, UN, *Gold Standard*, *Social Carbon*, entre otros.
3. Implementar dentro de sus visitantes el concepto de estadía CO₂ neutral en la cual los visitantes tienen la oportunidad de comprar bonos de carbono.
4. Crear una red de páginas de internet la cual les permite a otros hoteles la oportunidad de incorporarse y así compartir la responsabilidad climática.
5. Realizar un cálculo del total de emisiones que producen.
6. Implementar maneras de utilización de la energía como, por ejemplo, construir molinos de viento, instalar paneles solares, utilizar energías alternativas, entre otros.
7. Explotar del turismo sostenible.

En cuanto al turismo sostenible, la gran mayoría de proyectos internacionales no han mostrado resultados optimistas por razones económicas y administrativas, por lo que es necesario hacer cambios a dicho sector, incluso se está considerando la idea de hacer destinos carbono neutral (Gössling, 2009). Según la Organización Mundial del Turismo, en la declaración de Davos (2007), un 5% de las emisiones totales mundiales de CO₂ son atribuidas al turismo. El problema del sector es el rápido crecimiento y el uso intensificado de la energía; si el aumento del turismo en la mayoría de los países sigue igual, las emisiones globales generadas por este sector

podrían aumentar en un 150% para el 2035 (Consejo Centroamericano de Turismo: Responder a los retos mundiales, 2007).

Por lo anterior, es necesario incentivar al sector turístico a mitigar las emisiones de GEI, adaptar el negocio del turismo y destinos al cambio climático, aplicar nuevas tecnologías para mejorar el uso eficiente de la energía, asegurar recursos financieros para ayudar a regiones de bajos recursos, e implementar medidas concretas para la mitigación del cambio climático (*Organisation, Programme, & Organization*, 2008).

Al aplicar al sector turístico la propuesta de que los hoteles sean carbono neutral puede traer grandes beneficios, especialmente para los consumidores porque el hecho de que ahora los turistas pueden escoger la forma de viaje y el destino basados en consideraciones como el clima, economía, sociedad e impacto medioambiental, tomando en cuenta las diferentes opciones antes de tomar una decisión. De tal manera, las personas pueden ser conscientes de la huella ecológica que van dejando y pueden tomar responsabilidad en sus emisiones. Los turistas podrán optar por actividades y destinos más amigables con el ambiente y preservar la naturaleza (*Organisation et al*, 2008).

Incluso, se destacan algunas de las ventajas de ser carbono neutral para las empresas hoteleras nacionales (Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones, 2008):

- Responsabilidad con la sostenibilidad global: ética y compromiso con el mundo
- Competitividad: atracción de empresas ambientalmente responsables
- Protección del recurso hídrico y biodiversidad
- Uso de energías renovables
- Incentivar el turismo sostenible
- Disminución de la contaminación ambiental
- Oportunidades comerciales mediante la innovación de bienes y servicios, y la compra y venta de bonos de carbono

Una forma de competitividad en el nivel internacional, de Costa Rica, fue la inscripción de la marca C-Neutral como una marca de certificación, la cual tiene la finalidad de diferenciar al país y la producción de bienes y servicios, asimismo, se establecen los siguientes lineamientos a seguir por las empresas para obtener la marca (Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones, 2008):

1. Envió de una carta de solicitud al MINAET y a la oficina de la ENCC
2. Firmar el Registro Oficial C-Neutral en las oficinas de la ENCC
3. Seguir los procedimientos oficiales establecidos por el MINAET y la norma Nacional C-Neutral para utilizar la marca o certificación C-Neutral

Con dicha medida, se le está brindando un posicionamiento estratégico a las empresas hoteleras, específicamente a los servicios que brindan por lo que se podrá explotar a futuro los beneficios que brinda la naturaleza, y reducir costos para poder elevar rentabilidad en las empresas hoteleras.

Metodología de la investigación

Por los propósitos y la forma en que esta investigación fue desarrollada, se consideró de carácter cuantitativo por lo que se empleó la encuesta como método de recolección de la información y como fuente primaria de este trabajo. La encuesta se aplicó a 54 empresas hoteleras que forman parte del Instituto Costarricense de Turismo y que, a su vez, poseen un Certificado para la Sostenibilidad Turística el cual fue diseñado para categorizar y diferenciar a las empresas según su grado de sostenibilidad. Las principales características que deben cumplir las empresas son:

- Poseer una política ambiental responsable en donde se incorporen dentro de la empresa algún método de ayuda hacia el medio ambiente.

- Se debe conocer la propuesta de Costa Rica para convertirse en carbono neutral para el 2021.
- La empresa debe estar dispuesta a implementar mecanismos para la contabilización y compensación de emisiones de GEI.

La encuesta se conforma de cuatro preguntas cerradas a fin de delimitar los conocimientos que tienen los empresarios sobre el tema; a su vez, contiene cuatro preguntas mixtas en donde los encuestados tienen la opción de selección múltiple y la oportunidad de realizar comentarios y observaciones adicionales para incorporar a la investigación aspectos relevantes y analizar los diferentes métodos utilizados en las empresas. El tiempo calculado de respuesta de toda la encuesta es de 5 a 10 minutos, y en cuanto a los temas, se entrelazaban para mayor dinámica de los participantes.

La encuesta se dividió en secciones para su mayor entendimiento; la primera sección corresponde a generalidades y conocimiento del tema: la segunda abarca temas de beneficios para las empresas y mecanismos que están implementando las empresas para llegar a convertirse en carbono neutral, y la última trata acerca de ganancias que se podrían obtener.

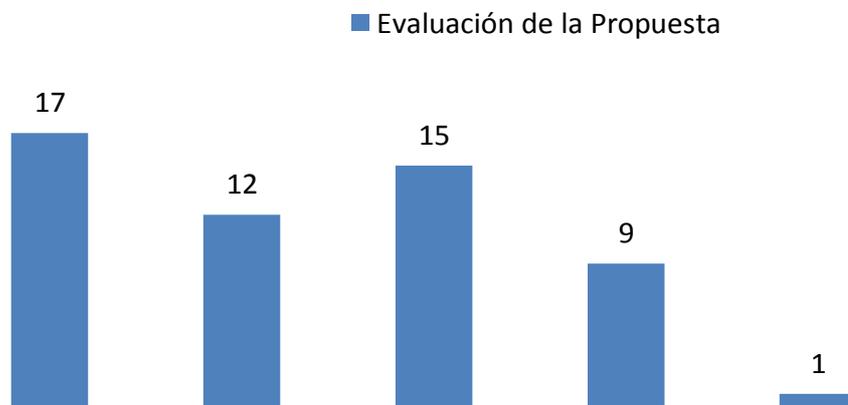
Asimismo, se realizó un pre-testeo cognitivo a 10 personas para analizar qué tanto se conoce del tema y para poder reducir el sesgo que puede generar la mala interpretación de las preguntas. Los participantes del pre-testeo cognitivo fueron estudiantes de la Ulacit, ninguno de ellos es experto en el tema; a su vez se consultó a un experto en la materia para que realizara un aporte en la realización de las preguntas y evitar caer en redundancias.

El nivel de confianza de la encuesta fue de un 71%, con un margen de error del 5%. La encuesta fue aplicada por medio de la herramienta *Survey Monkey* por internet, lo representa una ventaja a la hora de su aplicación. Esta herramienta permitió la aplicación de encuestas a través de *links* que luego fueron enviados por correo electrónico a los diferentes hoteles para su realización, la desventaja de la herramienta fue el alto nivel de omisión por parte de los hoteles. A su vez los resultados serán presentados por medio de gráficos para facilitar su análisis.

Resultados

Con base en los resultados obtenidos de la investigación, se deduce que un 100% de las empresas participantes en la encuesta tienen conocimiento del concepto de carbono neutral; así como también de la propuesta de Costa Rica de llegar a serlo en el año 2021. Con respecto a dicha propuesta, esta fue evaluada de la siguiente manera:

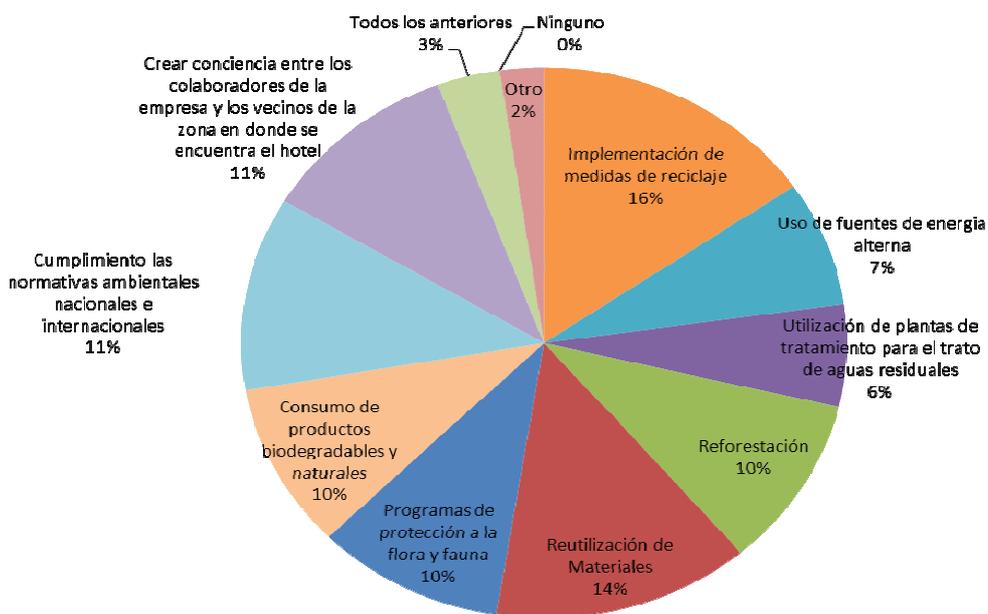
Gráfico 1: Evaluación de propuesta para ser carbono neutral para el 2021



Fuente: Propia

En el siguiente gráfico se puede observar cuáles son las medidas que implementan los hoteles para la protección del medio ambiente, entre las cuales se destacan:

Gráfico 2: Medidas de protección ambiental



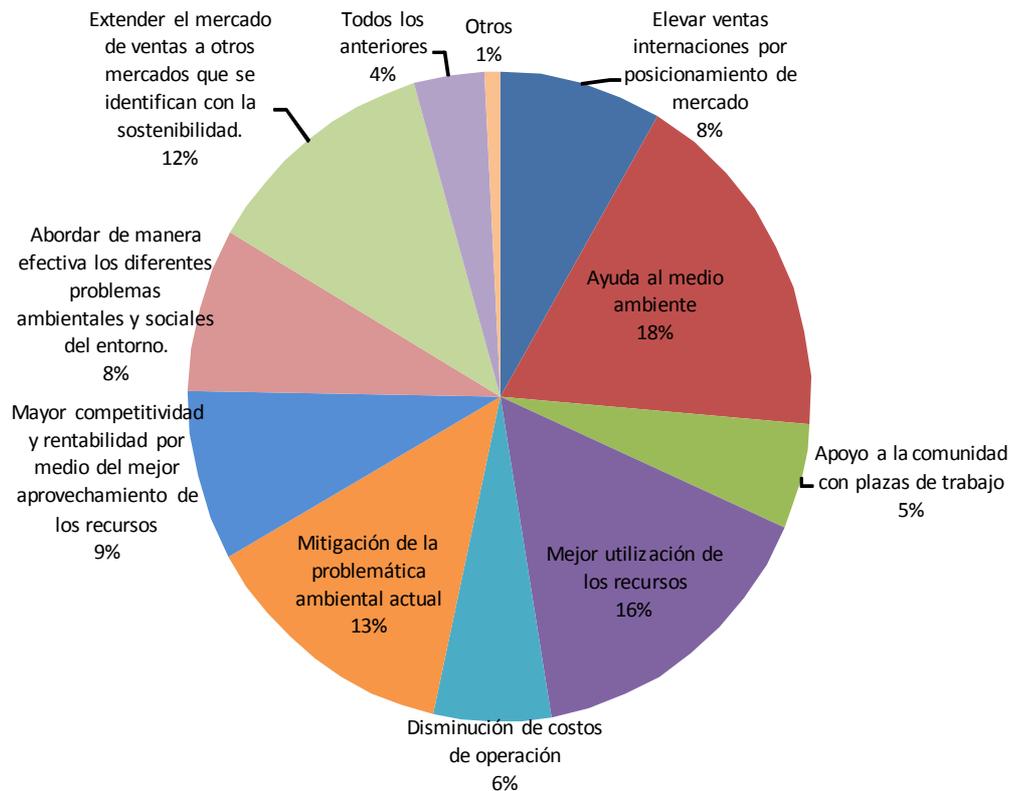
Fuente: Propia

En el gráfico anterior, cuando se hace referencia a “Otros”, los encuestados destacaron el nombre específico de proyectos concretos que realizan con otras empresas, y la utilización de nuevas tecnologías.

Para destacar la viabilidad de una posible creación de una estrategia de conversión hacia el carbono neutral que sea aplicable a todas las empresas hoteleras, se deben de realizar cambios enfocados en las áreas de infraestructura y administración. Un 77.4% de los hoteles participantes hicieron referencia que sí estarían dispuestos a realizar las modificaciones necesarias, mientras que el restante 22.6% no se encuentra de acuerdo con la propuesta. Entre las razones por las cuales no se podrían realizar los cambios están: costo económico (45.5%), políticas internas (27.3%), cambio en infraestructura (18.2%) y en 9.1% de los casos hicieron referencia que por todas las razones anteriores no podrían hacer los cambios necesarios.

En cuanto a los beneficios que la empresa podría obtener con la implementación de una estrategia de conversión hacia el carbono neutral, quedan determinados en el siguiente gráfico:

Gráfico 3: Beneficios obtenidos por las empresas

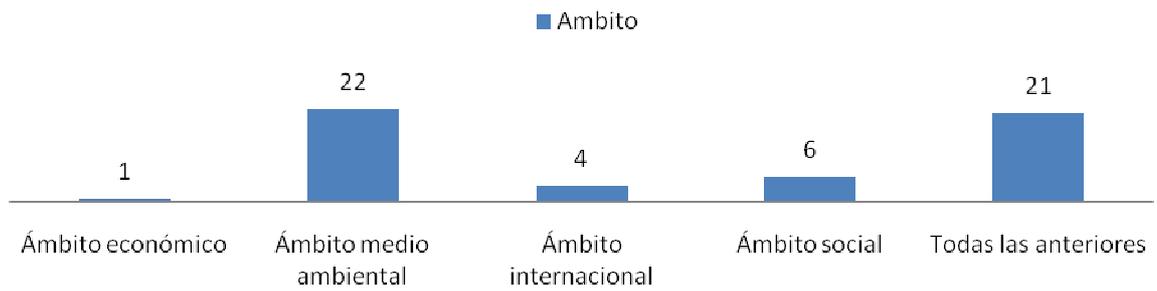


Fuente: Propia

El gráfico anterior tiene la opción de “Otros”, a la cual los encuestados hicieron referencia a la mejor imagen que puede tener el hotel con los consumidores, tanto nacionales como internacionales.

Una vez que se obtuvieron los datos de los beneficios que se podrían tener al emplear una estrategia de carbono neutral, se prosiguió a determinar cuál de los diferentes ámbitos en donde se desarrolla la empresa, se considera mayormente favorecido al aplicar un plan de conversión al carbono neutral. En el siguiente gráfico se observa cuál ámbito será mayormente beneficiado:

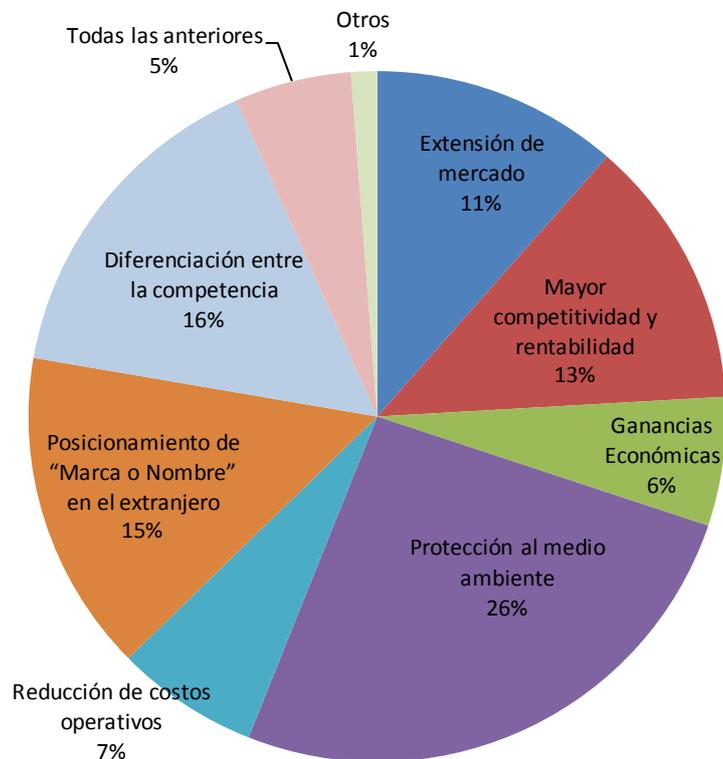
Gráfico 4: Ámbito de desarrollo principalmente favorecido



Fuente: Propia

Por último, se presentan las ganancias que podrían percibir las empresas hoteleras al aplicar una política carbono neutral, a saber:

Gráfico 5: Ganancias obtenidas



Fuente: Propia

El gráfico anterior hace referencia a “Otros”, a la que los encuestados indicaron que no existía diferencia para el mercado el ser o no un hotel carbono neutral.

Discusión de los resultados

La propuesta de Costa Rica de ser carbono neutral para el 2021 es conocida por el sector hotelero del país. Si se analizan los resultados, se puede observar que más de la mitad (58%) de los hoteles encuestados concuerdan en que la propuesta es Muy Buena y un 23% Buena, lo que quiere decir que a la hora de implementar una estrategia de conversión hacia el carbono neutral se podrá utilizar como base dicha propuesta; en donde se determinan los mecanismos a seguir para que las empresas logren adquirir la neutralidad. Cabe destacar que el restante 19% de los entrevistados no la califican en su totalidad como una propuesta de mala calidad, sino que un 17% la califican como regular; y solo un 2% coinciden que es una propuesta Mala y consideran que necesita mejorar.

Ahora bien, se debe tener en consideración que hay que implementar algunas medidas para la protección del medio ambiente, entre las más destacadas dentro de los hoteles están la implementación de medidas de reciclaje y la reutilización de materiales, pero también hay otras medidas que se están implementando en una menor medida como lo son: cumplir con normas ambientales, consumo de productos biodegradables, uso de fuentes de energía alternas y tratamiento de aguas residuales, reforestación, entre otras. Es de resaltar que la reforestación es la medida más utilizada para la compensación de emisiones.

Se destaca que un 17.6% de los participantes en la investigación aplican todas las medidas de protección del medio ambiente descritas anteriormente, mientras que un 3.9% aplican estas medidas y otras más entre las cuales destacan: la participación en diferentes programas que fomentan la protección del medio ambiente, actividad conjunta con otras empresas preocupadas por la gestión ambiental, utilización de nuevas tecnologías como por ejemplo el uso de biodigestores para la producción de fertilizantes orgánicos, implementación de programas de educación ambiental y el ahorro del recurso hídrico. Con estas medidas se busca determinar qué

prácticas están realizando los hoteles en Costa Rica para la protección ambiental, de manera que no solo se puede determinar cuáles otras medidas serían óptimas para implementar, sino que también se podría analizar qué están haciendo otros hoteles. De esta manera, ellos podrían incorporar dentro de sus instalaciones más medidas de gestión ambiental, fortaleciendo las políticas internas ambientales.

A los hoteles encuestados se les preguntó sobre la viabilidad de establecer cambios en infraestructura y administración, de realizarse una posible creación de una estrategia aplicable a nivel nacional de conversión hacia el carbono neutral; a dicha pregunta, un 77.4% del total estuvieron de acuerdo con implementar los cambios necesarios. Lo que determina que la mayoría de los hoteles están dispuestos a hacer cambios, si son necesarios, para poder cumplir con la meta de adquirir la neutralidad del carbono. Al restante 22.6% que indicó que no están dispuestos a hacer cambios, se preguntó la razón del porqué fue negativa su respuesta para lo cual respondieron lo siguiente: en primer lugar, el costo económico; en segundo lugar, por políticas internas, y en tercer lugar, por el cambio en infraestructura que deberían realizar. En casos específicos, un 9.1% hizo referencia a todas las razones anteriores, lo que demuestra que muchos hoteles no pueden implementar cambios debido a que no están económicamente preparados para hacerlo, por lo que deben de buscar recursos externos, ya sea con otras empresas, proveedores, gobierno o colaboradores.

En el tema específico de los beneficios, que es el más importante para este trabajo de investigación, se analizan cuáles serían los que son principalmente percibidos por el hotel. La razón de establecer los beneficios es para que otros hoteles que no los perciben, tengan la posibilidad de adquirirlos, tomando el ejemplo de otros hoteles que sí lo hacen.

Se debe tomar en cuenta que cada beneficio va a depender del tipo de comercio del hotel, pero, en general, el mayor bien obtenido es de ayuda al medio ambiente, de ahí la razón de implementar una política de carbono neutral, aunque tampoco es la única ya que se puede lucrar con dicha política.

Vale la pena destacar que una mejor utilización de los recursos disminuye el costo de operación, extendiendo el mercado lo que elevaría las ventas y lograría una mayor competitividad y rentabilidad por medio de un mejor aprovechamiento de los recursos.

Ahora bien, una vez establecidos los beneficios que se podrían obtener en el ámbito de acción de los hoteles y con lo cual se vería mayormente beneficiados, según las encuestas, el ámbito mejor beneficiado fue el medio ambiental (40.7%). Luego se encuentran los hoteles que consideran que todos los ámbitos se verán beneficiados con un 38.9%, después el ámbito social (11.1%), seguido por el internacional (7.3%) y por último, el ámbito económico (1.8%). La idea principal es determinar en cuál ámbito se debe prestar mayor atención.

Conociendo el ámbito de mayor ganancia, es necesario establecer cuáles son esas ganancias percibidas específicamente, dentro de las cuales se destacan: protección al medio ambiente, diferenciación, posicionamiento, mayor competitividad y rentabilidad, extensión de mercado, y reducción de costos. Con dichas ganancias queda determinado, al igual que en el ámbito, que el sector ambiental es el mayormente beneficiado y el impulsor al cambio en los hoteles, lo que demuestra la importancia en la investigación y el por qué de su conservación para poder obtener amplios beneficios, siempre buscando un desarrollo sostenible por parte de las empresas.

Conclusiones

Al analizar los resultados de la investigación, estos demuestran que las empresas hoteleras conocen de la propuesta de Costa Rica de adquirir la neutralidad del carbono para el 2021. Más allá de conocerla, se insta a estas empresas a contabilizar las emisiones de CO₂, e implementar medidas compensatorias para que se pueda llegar a un equilibrio entre lo emitido y lo adquirido. Asimismo, se insta a las empresas hoteleras a que busquen el mejor provecho de la propuesta, teniendo en cuenta que aunque el medio ambiente es el principal favorecido, no es el único, las economías de las empresas se pueden beneficiar al implementar programas eco-amigables.

El beneficio económico que debería ser considerado es la compra y venta de bonos de carbono en el exterior, además, los proyectos ambientales utilizados para compensar las emisiones

por los huéspedes son certificados por otras empresas creando créditos o bonos de carbono, los cuales podrán ser negociados en diferentes mercados de carbono como el *Chicago Climate Exchange*, UN, *Gold Standard*, *Social Carbon*, entre otros.

A través del estudio se determinó que el sector hotelero se perfila a ser sostenible, lo que va a representar un nuevo mercado para turistas preocupados por la naturaleza, y en donde a las empresas se les brindará un posicionamiento por diferenciación entre la competencia, lo que elevaría las ventas.

Para ser más sostenibles, se les recomienda a las empresas reducir la cantidad de CO₂ emitido, utilizando medidas como el uso de energías limpias y renovables, eficiencia energética, medidas de reciclaje, reforestación, uso de medio de transportes limpios, uso eficiente del agua, manejo de residuos, mantenimiento de instalaciones, instalación de mecanismos y sistemas para ahorro, uso de productos de aseo y limpieza biodegradable, protección de flora y fauna, capacitación a colaboradores, proveedores y turistas en materia medioambiental, en entre otros.

Uno de los resultados más importantes de la investigación es que los hoteles entiendan que, a un largo plazo, los costos de operación se verán deducidos porque va a haber un mejor aprovechamiento de los recursos, y por ende un progreso en los procesos de producción, lo que causando un aumento en las ganancias de las empresas.

Para hoteles que ya son carbono neutral, el hecho de llegar a adquirir la neutralidad del carbono no representa mayor beneficio por la falta de compromiso por parte del Gobierno, no en el caso de financiamiento, sino en la falta de ayuda para el posicionamiento en el mercado; a lo que también se le agrega la falta de importancia que le da la prensa a hoteles que poseen esta cualidad. Debido a esta causa es pertinente que las empresas se unan en una red de hoteles C-Neutral, siguiendo el ejemplo de Dinamarca, para crear ellos mismos el posicionamiento necesario como un grupo de hoteles, no como individuales.

Los resultados pueden ser tomados como base para otra investigación que incorpore nuevos sectores económicos, específicamente creando programas y estrategias ambientales destinadas exclusivamente a reducir emisiones de CO₂ en empresas tanto privadas como públicas.

Por último, como principal debilidad de las empresas para realizar este cambio, se destaca la falta de compromiso de seguir los mecanismos e implementar cambios; mientras que su principal fortaleza se basa en el mejoramiento para el sector ambiental, la sociedad costarricense y las empresas hoteleras.

Bibliografía

- Brøchner, K. (2008). *The world's first CO2-neutral hotel group*. Dinamarca: CO2-neutral hotels. Recuperado el 1° de junio de 2011, de <http://www.co2neutral-hotels.com/uk-brochner-hotels.htm>
- Consejo Centroamericano de Turismo: Responder a los retos mundiales. (2007). *Cambio Climático y Turismo*. Davos, Suiza: UNWTO.
- CR Neutral. (2011). *Primer País Carbono neutral 2021*. Costa Rica: Costa Rica Neutral. Recuperado el 23 de mayo de 2011, de <http://www.costaricanneutral.org/>
- Gössling, S. (2009). *Carbon neutral destinations: a conceptual analysis*. Publicado en EBSCO. Recuperado el 30 de mayo de 2011, de <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=9a714fea-7b21-4da8-acff-d255c2f4720f%40sessionmgr15&vid=2&hid=13>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2011). *Turismo Sostenible CST: Certificación para la Sostenibilidad Turística en Costa Rica*. Costa Rica: Instituto Costarricense de Turismo. Recuperado el 12 de julio de 2011, de <http://www.turismo-sostenible.co.cr/es/>
- International Organization for Standardization. (2006). *International Standards for Business, Government and Society ISO 14064 y 14065*. Publicado de International Organization for Standardization. Recuperado el 1° de junio de 2011, de http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=38381
- Mattio, S., & Fernandez, A. (2011). *Hoteles Carbon Neutral*. Costa Rica: Costa Rica Online Travel. Recuperado el 27 de mayo de 2011, de <http://www.costaricaonlinetravel.com/es/costa-rica-vah-golf-en-costa-rica-hoteles-carbon-neutral-5-3-14.html>
- Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones. (2008). *Acciones Personales para mitigar*. Costa Rica: Paz con la Naturaleza. Recuperado el 13 de julio de 2011, de <http://www.pazconlanaturaleza.org/acciones-personales.php>

Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones. (2008). *La Estrategia Nacional de Cambio Climático (ENCC)*. Costa Rica: MINAET. Recuperado el 16 de mayo de 2011, de <http://www.encc.go.cr/carbono/index.html>

Moreno Hotel. (2011). *Carbon Neutral Stay*. Argentina: Moreno Hotel. Recuperado el 4 de julio de 2011, de <http://www.morenobuenosaires.com/pages/carbon-neutral>

La llegada de turistas a Costa Rica subió un 7,8 por ciento en el primer trimestre de 2011. (2011, 18 de mayo). *American Global News*. Recuperado el 27 de mayo de 2011, de http://www.americaglobalnews.com/49_viajes/1130582_la-llegada-de-turistas-a-costa-rica-subio-un-7-8-por-ciento-en-el-primer-trimestre-de-2011.html

Organisation, W. T., Programme, U. N., & Organization, U. N. (2008). *Climate change and tourism: Responding to global challenges*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.

Panel Internacional para el Cambio Climático. (2001). *Tercer Reporte del IPCC sobre el Cambio Climático*. Publicado por United Nations Environment Programme (UNEP). Recuperado el 22 de mayo de 2011, de http://www.grida.no/publications/other/ipcc_tar/?src=/climate/ipcc_tar/wg1/006.htm

Piedmonte, N. (2009). *Businesses — Carbon Footprint Assessments*. Publicado en Sustainable Travel International. Recuperado el 12 de julio de 2011, de <http://www.sustainabletravelinternational.org/documents/carbonfootprintassessment.html>