

8. LA EXPERIENCIA CON LAS ECOTIQUETAS

Este capítulo pretende evaluar la experiencia con las ecoetiquetas en los hoteles españoles y su adecuación como instrumento voluntario de turismo sostenible. A lo largo del capítulo se analizan el contexto, el diseño (objetivos y requisitos) y la implantación (situación actual, motivaciones, factores de éxito y fracaso) del instrumento con ayuda de datos cuantitativos y cualitativos recogidos en el estudio empírico. Finalmente, se realiza una evaluación con respecto a los costes y beneficios y a la eficacia y eficiencia del instrumento.

8.1 Contexto del instrumento

El reconocimiento de empresas turísticas a través de ecoetiquetas y premios va ganando mucho interés en la industria del turismo. En 1998, un estudio del Centro de Industria y Medio Ambiente del UNEP analizó 28 sistemas de ecoetiquetado turístico (UNEP IE 1998c). Más recientemente, un estudio de la WTO evaluó 59 ecoetiquetas y 17 premios a nivel internacional, supranacional, nacional y subnacional relacionados con el turismo sostenible (WTO 2002). La mayoría de los sistemas existentes se dirigen a instalaciones turísticas, y en particular a alojamientos (hoteles, hostales, pensiones y campings).

Sólo en Europa existen alrededor de 40 sistemas de ecoetiquetado y reconocimiento ambiental para establecimientos turísticos de alojamiento, y alrededor de 3.000 empresas turísticas involucradas en la aplicación de estas etiquetas (WTO 2002). La mayoría de las ecoetiquetas fueron desarrolladas en los años 90 como etiquetas de ámbito local o regional, promocionadas en gran parte por asociaciones empresariales. En los últimos años, se han creado cada vez más esquemas nacionales e internacionales. En algunos casos, estas iniciativas nacionales desplazarán las etiquetas locales y regionales como ha pasado con la primera etiqueta nacional austriaca "Distintivo austriaco para empresas turísticas" (*Österreichisches Umweltzeichen für Tourismusbetriebe*) y como previsiblemente pasará en Alemania con el nuevo sello VIABONO. Queda por ver las consecuencias que tendrá la ecoetiqueta europea para servicios de alojamiento turístico de la Unión Europea, que ha entrado en vigor en Mayo del 2003. Por otra parte, el proyecto europeo VISIT, iniciado en Enero de 2001 pretende desarrollar un estándar común para los criterios y los procesos de verificación de las ecoetiquetas turísticas en Europa y aunar los esfuerzos para promover los productos certificados entre consumidores y tour operadores (VISIT 2003). En paralelo, la ONG Rainforest Alliance está promoviendo activamente la creación de un Consejo de Acreditación de Sostenibilidad en Turismo (*Sustainable Tourism Stewardship Council, STSC*) como entidad de acreditación internacional para sistemas de certificación de turismo sostenible y ecoturismo (Rainforest Alliance 2003).

La ISO ha diseñado tres normas para definir diferentes tipos de etiquetas ecológicas o ecoetiquetas. Las ecoetiquetas ISO tipo I, creadas por un organismo independiente que no interviene en el mercado, se rigen por la norma ISO 14024. Las ISO tipo II, según la

norma ISO 14021, son autodeclaraciones que hacen los propios fabricantes. Por último, la norma ISO 14025 define las ecoetiquetas ISO tipo III como declaraciones ambientales que dan información cuantitativa muy detallada basada en indicadores. Las etiquetas utilizadas para el sector turístico suelen ser del tipo I o similar aunque no siempre cumplen todos los requerimientos de la norma ISO 14024 como la verificación por un organismo independiente o la consideración de todo el ciclo de vida (Ayuso et al. 2003). En la Tabla 8.1 se muestran las ecoetiquetas y premios para el sector hotelero aplicables a escala internacional.

En España, hasta el momento se han desarrollado cuatro sistemas de ecoetiquetas turísticas: la certificación internacional de Biosphere Hotels surgida en la isla de Lanzarote, el Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental de la Comunidad Autónoma de Cataluña, la Etiqueta de Calidad Doñana 21 para la comarca de Doñana y el Distintivo Ecoturístico de la localidad mallorquina de Alcúdia.

Tabla 8.1: Ecoetiquetas y premios para el sector hotelero

Institución	Ecoetiqueta
Asociación de Agencias de Viaje Británicas (Association of British Travel Agents, ABTA), Sociedad Americana de Agencias de Viaje (American Society of Travel Agents, ASTA), Autoridad Británica de Turismo (British Tourist Authority, BTA), Federación de Tour Operadores (Federation of Tour Operators, FTO), Asociación de Viajes del Pacífico Asiático (Pacific Asia Travel Association PATA)	Premios de Turismo para Mañana de British Airways (British Airways Tourism for Tomorrow Awards)
Audubon Internacional	Sistema de Santuarios Cooperativo de Audubon (Audubon Cooperative Sanctuary System)
Audubon Internacional	Programa de Firmas Cooperativo de Audubon (Audubon Cooperative Signature Program)
Feria Mundial de Viajes (WTM, World Travel Market)	Green Award
Green Globe 21	Certificado Green Globe 21 (Green Globe 21 Certificate) y Premio de Éxito Green Globe (Green Globe 21 Achievement Award)
Hotelplan Internationale Reiseorganisation	Distinción de medio ambiente (Umwelt-Auszeichnung)
HVS Eco Services	Ecotel
IH&RA, IHEI y UNEP	Premio Ambiental IH&RA (IH&RA Environmental Award)
Instituto de Turismo Responsable (ITR)	Biosphere Hotel

Tabla 8.1: Ecoetiquetas y premios para el sector hotelero (cont.)

Institución	Ecoetiqueta
Kuoni Reisen	Premio Planeta Verde (Green Planet Award)
RUES Hotel Management & Consulting (RHM&C)	Hoteles Respetuosos del Mundo RUES Selección de Hoteles (RUES Hotel Selection Ecofriendly Hotels Worldwide, RHS)
Touristik Union International (TUI)	TUI Campeón del Medio Ambiente (TUI Umwelt Champion)
TÜV Rheinland Berlin – Brandenburg	Establecimiento Eco-comprobado (Öko-Proof-Betrieb)
Unión Europea	Ecoetiqueta Ecológica ("Flor europea")

8.2 Diseño del instrumento

8.2.1 Objetivo

Los sistemas de ecoetiquetado persiguen la finalidad de otorgar un distintivo a los productos o servicios que, en comparación con otros productos o servicios que cumplen la misma función, son menos perjudiciales para el medio ambiente. También existen numerosos premios y concursos que, del mismo modo que las ecoetiquetas, pretenden premiar a los productos o servicios que destacan en determinadas propiedades o características más respetuosas que sus competidores. El consumidor puede reconocer en un producto o servicio ecoetiquetado o premiado que éste cumple unas rigurosas especificaciones ambientales exigidas por el organismo otorgador, y considerar esta información en su decisión de compra. Según el UNEP, los principales objetivos de las ecoetiquetas en el sector turístico se resumen en los cuatro puntos siguientes (UNEP IE 1998c):

- aumentan la concienciación ambiental de las partes interesadas en el turismo: industria, autoridades locales y consumidores
- pueden servir para implicar a las numerosas PYMES del sector en actividades ambientales
- pueden mejorar el comportamiento ambiental del sector turístico respecto a objetivos determinados
- suministran información ambiental para consumidores, y de esta manera les ayudan a tomar decisiones en base a esta información

8.2.2 Requisitos

Como hay varios sistemas de ecoetiquetado para el sector hotelero, se describen a continuación el funcionamiento y los criterios de las ecoetiquetas más relevantes para los hoteles españoles, en orden de mayor a menor ámbito geográfico: Green Globe 21, Establecimiento Eco-comprobado, Etiqueta Ecológica europea, Biosphere Hotels, Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental, Etiqueta Doñana 21 y Distintivo Ecoturístico de Alcúdia.



Green Globe 21 es la única ecoetiqueta aplicable a todo tipo de actividades turísticas en todo el mundo, tanto para empresas turísticas (tour operadores, hoteles, otros alojamientos) como para destinos turísticos. Inicialmente el Programa Green Globe fue desarrollado como una iniciativa abierta a la industria turística, y otorgaba su logotipo a las empresas que se adherían como miembros del programa. En 1998 se creó un sistema de certificación que se revisó otra vez en Abril del 2001 (Honey y Rome 2001). En la actualidad, el programa ofrece tres niveles de participación: "Affiliated", "Benchmarked" y "Certified". A partir del segundo nivel, las empresas reciben un asesoramiento para medir y mejorar su comportamiento ambiental de forma confidencial, y a partir de un nivel básico tienen derecho a utilizar el logotipo Green Globe 21 sin palomita. Asimismo, pueden optar a los premios anuales "Green Globe 21 Achievement Award". El tercer nivel implica cumplir el estándar basado en la implantación de un sistema de gestión ambiental conforme a la norma ISO 14001 (véase el Capítulo 9) y verificar el nivel de benchmarking requerido en 9 áreas clave de comportamiento ambiental y social. La empresa debe someterse a una auditoría de un organismo independiente y acreditado por Green Globe 21, que procederá a revisar la documentación de la empresa, visitar las instalaciones y hablar con los empleados y terceras partes que pueden ser afectadas por las operaciones de la empresa. Si el sistema de la empresa sigue los requisitos del estándar y demuestra el nivel de benchmarking básico, se le adjudicará un certificado y el derecho a utilizar el logotipo Green Globe 21 con palomita hasta la renovación anual. Además, las empresas certificadas también pueden optar a los premios anuales Green Globe 21 (Green Globe 21 2003).



El grupo alemán TÜV Rheinland Berlin-Brandenburg desarrolló en 1999 el certificado medioambiental **Establecimiento Eco-comprobado** (en alemán, "Öko-Proof-Betrieb"), una certificación específica para hoteles y restaurantes (TÜV Rheinland Ibérica 2003a). El objetivo es ofrecer al sector turístico un modelo de certificación medioambiental más sencillo y práctico que las certificaciones de Sistemas de Gestión Ambiental ISO 14001 o EMAS, estableciendo a la vez unos estándares medioambientales adecuados para asegurar el prestigio del certificado frente a los clientes. Además, se basa en la confianza que tienen los turistas alemanes en el nombre "TÜV", al que conoce la práctica totalidad de la población de este país por las inspecciones técnicas de vehículos y los exámenes de conducción realizadas por los organismos TÜV.

La certificación se concede en función de una puntuación que la empresa obtiene sobre un cuestionario desarrollado específicamente para el sector. El cuestionario comprende 14 elementos que tratan de las distintas áreas que debe comprender una buena gestión medioambiental en un hotel o restaurante (véase el Cuadro 8.1). Los criterios se dividen en criterios principales o de obligado cumplimiento y criterios secundarios o voluntarios, de los que la empresa tiene que llegar a superar el 75%. Aparte, hay preguntas bonus que suponen una puntuación extra.

Cuadro 8.1: Elementos evaluados en la certificación Establecimiento Eco-comprobado
(TÜV Rheinland Ibérica 2003a)

- Política y organización medioambiental
- Seguridad
- Motivación de los empleados
- Gestión de los recursos energéticos
- Gestión de los residuos
- Agua y desagüe
- Sustancias peligrosas
- Comunicación hacia el exterior
- Alimentos y cocina
- Instalaciones y artículos de oficina
- Gestión de compras y de costes
- Transportes
- Formación
- Instalaciones exteriores e integración en el entorno

La empresa que solicite la certificación debe llenar el cuestionario que será evaluado por TÜV Rheinland Berlin-Brandenburg (en España TÜV Rheinland Ibérica, S.A.) y comprobado mediante una auditoría al hotel. Una vez concedido el certificado, éste tiene una validez de dos años, tras los cuales hay que volver a realizar la auditoría. Para preparar a los establecimientos para la certificación, TÜV Rheinland Ibérica, S.A. ofrece una formación específica enfocada a transmitir todos los requisitos específicos de la marca de Establecimiento Eco-Comprobado.



En la revisión del Reglamento de la **Etiqueta Ecológica europea** en el año 2000, el Parlamento Europeo apoyó fuertemente la posibilidad de considerar al turismo como el primer servicio a incluir en la ecoetiqueta. La Comisión Europea llevó a cabo un estudio de viabilidad para una ecoetiqueta europea del sector turístico (CREM & CH2MHILL 2000), y desarrolló los criterios para el servicio de alojamientos turísticos (APAT 2002). Finalmente, el pasado 14 de abril de 2003 se publicó la Decisión 2003/287/CE de la Comisión Europea en la que se establecen los

criterios para la concesión de la etiqueta europea para servicios de alojamiento turístico (DO 2003).

Cabe destacar que la etiqueta desarrollada considera las tres principales fases del ciclo de vida del servicio ofrecido por el alojamiento turístico (compra, prestación del servicio y producción de residuos). Los criterios se componen de 37 criterios obligatorios, en el caso de que sean aplicables al establecimiento (véase la Tabla 8.2), y 47 criterios opcionales, entre los que la empresa solicitante debe elegir los suficientes como para completar el número mínimo de puntos exigidos (16,5 puntos sobre un total posible de 77 puntos). Existen varios criterios relacionados con otros sistemas de ecoetiquetado reconocidos o con los Sistemas de Gestión Ambiental certificables (véase el Capítulo 9), para permitir la compatibilidad de la ecoetiqueta europea con estos instrumentos voluntarios. Cada criterio establece el método de comprobación de su cumplimiento, por ejemplo, mediante declaraciones propias de la empresa solicitante, declaraciones de terceras partes como proveedores o técnicos autorizados, análisis, facturas, cartas, o visitas in situ.

La empresa interesada en solicitar la ecoetiqueta debe contactar al organismo competente designado en su Comunidad Autónoma para pedir los impresos necesarios para formalizar su solicitud y la lista de entidades acreditadas para verificar el cumplimiento de los criterios. El organismo competente evalúa la solicitud y, si la evaluación es favorable, otorga la Etiqueta Ecológica europea y firma un contrato con la empresa solicitante. Asimismo, el organismo competente comunica el otorgamiento al Comité de la Etiqueta Ecológica de la Unión Europea (CEEUE) y lo inscribe en los correspondientes registros oficiales. La Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) ha creado una Marca AENOR Medio Ambiente para servicios de alojamiento turístico que equipara los requisitos a los de la etiqueta europea.

Tabla 8.2: Criterios obligatorios de la Etiqueta Ecológica europea (DO 2003)

Apartado	Criterios obligatorios
Energía	<ul style="list-style-type: none"> • Al menos 22% de la electricidad (para calefacción) de fuentes de energía renovables • No utilizar como fuente de energía gasoil con contenido de azufre > 0,2% ni carbón • Rendimiento de la caldera > 90% medido conforme a la Directiva 92/42/CEE • Aire acondicionado con eficiencia energética de clase B definida en la Directiva 2002/31/CEE • Aislamiento térmico y acústico de las ventanas • Desconexión automática de calefacción, aire acondicionado y luces o información al respecto • Instalación progresiva de bombillas de bajo consumo (60-80% en plazo de un año) • Saunas con mando temporizador

Tabla 8.2: Criterios obligatorios de la Etiqueta Ecológica europea (DO 2003) (cont.)

Apartado	Criterios obligatorios
Agua	<ul style="list-style-type: none"> Respetar estudios del plan local de protección de aguas (si existe) Caudal de agua de grifos y duchas < 12 l/min Información a los clientes sobre el ahorro de agua y la deposición de residuos en la papelera No más de 5 cisternas funcionando a la vez Formación al personal sobre el control de fugas Cambio de sábanas y toallas según petición del cliente o 1-2 veces por semana (según la categoría del establecimiento) Riego de plantas y jardines después del atardecer o antes del mediodía Tratamiento de aguas residuales (por depuradora local o propia) Aplicar plan de aguas residuales local (si existe)
Detergentes y desinfectantes	<ul style="list-style-type: none"> Sólo utilizar desinfectantes si es necesario para cumplir los requisitos legales de higiene Formación al personal sobre la correcta dosificación de los productos
Residuos	<ul style="list-style-type: none"> Facilitar la clasificación de los residuos por parte de los clientes Recogida selectiva y gestión adecuada de residuos peligrosos según Decisión 2000/532/CE Recogida selectiva de los residuos y transporte al centros de tratamiento más cercano posible No utilizar productos desechables (jabón, champú, gorros de ducha, tazas, platos, cubiertos, etc.)
Otros servicios	<ul style="list-style-type: none"> Sección para no fumadores en las áreas comunes Información sobre el transporte público local
Gestión general	<ul style="list-style-type: none"> Mantenimiento y revisión periódica de los equipos (p.e. calderas) Elaboración de una política ambiental y de un plan de actuación detallado para aplicarla Formación periódica al personal para garantizar la aplicación de las medidas ambientales Información a los clientes sobre la política ambiental, las medidas tomadas y la ecoetiqueta ecológica Recogida y control de datos ambientales (consumo de energía, electricidad, energía para calefacción, agua, de productos químicos y volumen de residuos producidos)



En 1997, el Instituto de Turismo Responsable (ITR) desarrolló el Sistema de Turismo Responsable con la certificación de **Biosphere Hotels** (ITR 2003a). El ITR es una institución sin ánimo de lucro orientada a la promoción del turismo sostenible que cuenta con el apoyo de la UNESCO y otros organismos internacionales. Entre sus áreas de actuación está la gestión y promoción del sistema de certificación privado Biosphere Hotels, dirigido a alojamientos turísticos. Para poner las bases del sistema de certificación, el ITR contó con

la colaboración del empresariado turístico de Lanzarote vinculado a ASOLAN (Asociación Insular de Empresarios de Hoteles y Apartamentos de Lanzarote) (Laso 2000). En 2000, el Sistema de Turismo Responsable ganó el premio especial otorgado por la prensa en la sección española de los Premios Europeos de Medio Ambiente a la Empresa.

El sistema de certificación Biosphere Hotels pretende ir más allá de la gestión ambiental de los establecimientos y tener en cuenta la conservación del hábitat de la vida en la tierra (la biosfera), la satisfacción de las expectativas de los turistas y el aumento de la calidad de vida de la población local. El contexto geográfico para el que está diseñado el sistema es, con carácter general, cualquier territorio o ciudad dotada de patrimonios naturales y culturales valiosos. El ITR distingue entre cuatro etiquetas distintas: "Quality for Life", para hoteles situados en Reservas de la Biosfera (como Lanzarote) y en sitios naturales declarados Patrimonio de la Humanidad; "Responsible Tourism", de aplicación general a todos los hoteles; "Heritage for Life", para hoteles considerados inmuebles de patrimonio histórico o cultural o que están situados en centros históricos o culturales, incluidos los sitios de Patrimonio de la Humanidad; y "Animal Embassy", para parques temáticos o naturales que preservan la biodiversidad animal. Desde hace poco el ITR también ofrece la posibilidad de adherirse progresivamente a los estándares del Sistema de Turismo Responsable a través de protocolos de adhesión para cadenas hoteleras y destinos turísticos (ITR 2003a).

Los criterios en los que se basa el estándar se dividen en cinco grupos: de ahorro de recursos, de eficiencia medioambiental, de sostenibilidad, de respeto cultural y de marketing responsable. La obtención de la certificación está guiada en todo momento por el ITR (véase la Figura 8.1). Los establecimientos interesados deberán, en primer lugar, contratar el asesoramiento del ITR para obtener la guía y los documentos correspondientes al sistema de certificación. Con la ayuda de la guía y del personal del ITR, el establecimiento llevará a cabo una revisión inicial para analizar la situación de partida para alcanzar el sistema Biosphere Hotels. Tras la implantación de los requisitos que componen el estándar, el establecimiento realizará una auditoría de autoevaluación con el apoyo del ITR para verificar si cumple el estándar antes de solicitar la evaluación de conformidad con la etiqueta. Si la auditoría no es conforme, el ITR asesorará a fin de resolver las desviaciones del estándar. Si la auditoría es conforme, se concede la etiqueta al establecimiento y se realiza el seguimiento a través de inspecciones anuales del ITR.

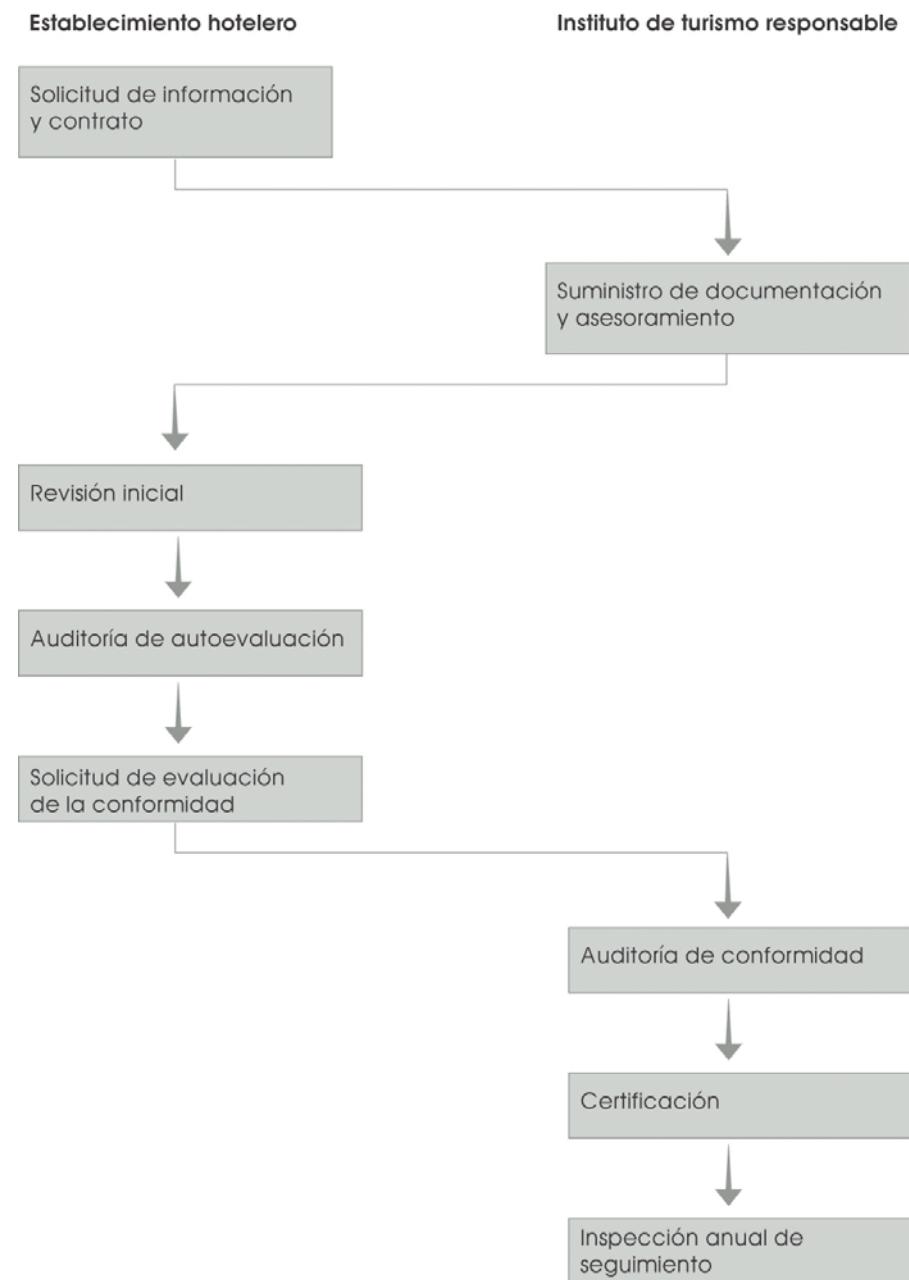


Figura 8.1: Proceso de certificación de Biosphere Hotels (adaptado de ITR 2003a)



A partir de 1998 la Generalitat de Catalunya comienza a desarrollar ecoetiquetas para el sector turístico. El sistema de etiquetado ecológico del **Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental** (*Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental*) o DGQA, creado inicialmente en 1994 para garantizar la calidad ambiental de los productos, es ampliado al ámbito de los servicios. Fruto de esta ampliación son, entre otros, los distintivos para campings, instalaciones juveniles, residencias-casas de payés y establecimientos hoteleros (Generalitat de Catalunya 2003a).

Los objetivos del DGQA consisten en promover el diseño, la producción, la comercialización, el uso y el consumo de aquellos productos y servicios que favorezcan la minimización de residuos o la recuperación y reutilización de los subproductos, las materias y las sustancias que contienen, y también de los que conllevan un ahorro de recursos, especialmente de energía y de agua. Al mismo tiempo, el distintivo pretende proporcionar a los usuarios y a los consumidores una información mejor y más fiable sobre la calidad ambiental de determinados productos y servicios que les oriente en sus decisiones de uso o de compra. Los criterios ecológicos son establecidos por el Consejo de Calidad Ambiental, a través de comisiones de trabajo y consultas con expertos. Los criterios tienen una validez de tres años, tras los cuales se procede a una revisión para adecuarlos, si fuera preciso, a los nuevos conocimientos científicos y técnicos.

El DGQA para los establecimientos hoteleros establece como criterio general que las instalaciones deben disponer de la correspondiente autorización y que deben cumplir la legislación ambiental vigente (DOGC 2000). Los criterios ambientales particulares se dividen en criterios básicos, de cumplimiento obligatorio (véase la Tabla 8.3), y criterios opcionales puntuables, entre los cuales el solicitante puede escoger hasta obtener una puntuación mínima. Para poder acceder al otorgamiento de este distintivo es necesario que una entidad debidamente acreditada por la Generalitat de Catalunya verifique el cumplimiento de estos criterios ecológicos.

Tabla 8.3: Criterios del Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental para establecimientos hoteleros (DOGC 2000)

Apartado	Criterios básicos (obligado cumplimiento)
Gestión de residuos	<ul style="list-style-type: none"> • Recogida selectiva de acuerdo con la gestión del municipio o de la comarca • Rotulación identificativa de los contenedores • Información a los clientes
Ahorro de agua	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión mensual de grifos, regaderas de ducha y cisternas de lavabo • Información a los clientes • Rótulos informativos sobre utilización racional del agua • Rótulos informativos sobre cambio de toallas y ropa de cama
Piscina	<ul style="list-style-type: none"> • Piscinas descubiertas: calentamiento del agua solamente con energía renovable o residual • Piscinas cubiertas: temperatura del agua < 28°C, temperatura del aire < 3°C de la temperatura del agua, humedad relativa 60-70% • Rótulos informativos sobre climatización de la piscina

Tabla 8.3: Criterios del Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental para establecimientos hoteleros (DOGC 2000) (cont.)

Apartado	Criterios básicos (obligado cumplimiento)
Eficiencia y ahorro energético	<ul style="list-style-type: none"> Iluminación: máximo aprovechamiento de la luz natural, utilización de fluorescentes trifósforo o lámparas fluorescentes compactas para zonas interiores con iluminación superior a 5 h/día, utilización de fluorescentes con balasto electrónico para zonas interiores con iluminación de 24 h/día Agua caliente sanitaria y/o calefacción: Buen aislamiento de instalaciones, válvula mezcladora de tres vías o válvula termostática con bomba y circuito de recirculación entre caldera y depósito programable, opacidad de gases provenientes de caldera inferior a 2 escala de Bacharach (excepto gas), rendimiento de la caldera superior a 85% (excepto para biomasa) Aire acondicionado: instalación de termostatos en habitaciones y zonas comunes, aberturas de fachada oeste con elementos de sombra, sistemas para evitar cargas de calor externas en las habitaciones (cortinas, persianas, etc.) Información a los clientes Rótulos informativos sobre utilización racional del agua caliente, el alumbrado y la climatización
Compras	<ul style="list-style-type: none"> Neveras y congeladores sin CFC ni compuestos de transición
Integración paisajística	<ul style="list-style-type: none"> Construcción con materiales, colores y estilo arquitectónico propios de la zona Sin impacto ambiental significativo sobre el paisaje
Ruido	<ul style="list-style-type: none"> Ruido máximo según ordenanza municipal
Información educación ambiental y	<ul style="list-style-type: none"> Hoja informativa con criterios del distintivo para clientes Información a clientes sobre transportes públicos Formación al personal sobre criterios ambientales Información sobre el entorno próximo

Una vez la entidad acreditada ha editado el informe técnico correspondiente, la empresa puede presentar su solicitud, con la documentación que se deba adjuntar, a la Dirección General de Calidad Ambiental del Departamento de Medio Ambiente (véase la Figura 8.2). Esta solicitud es evaluada por la Ponencia Técnica de Calidad Ambiental, formada por técnicos del mismo Departamento. El Consejo de Calidad Ambiental valida la evaluación realizada por la Ponencia y formula con carácter vinculante la correspondiente propuesta de resolución. Este órgano clave en la gestión del sistema de ecoetiquetado, tiene una composición plural donde, junto con personal del Departamento de Medio Ambiente, están representados el Consejo de Cámaras de Cataluña, organizaciones empresariales, sindicatos, organizaciones de consumidores y usuarios, agrupaciones ecologistas, el Instituto Catalán de Consumo, el Laboratorio General de Ensayos e Investigaciones de la Generalitat de Catalunya, el Consejo de Protección de la Naturaleza y el Departamento de Sanidad y Seguridad Social. El otorgamiento definitivo del DGQA se lleva a cabo por Resolución del Director General de

Calidad Ambiental en el plazo máximo de 15 días a contar desde la fecha del acuerdo del Consejo de Calidad Ambiental. En un principio, el período de validez del distintivo es de tres años, pero se podrá prorrogar si en el momento del vencimiento no han variado ni los criterios del otorgamiento ni las características del producto o del servicio.

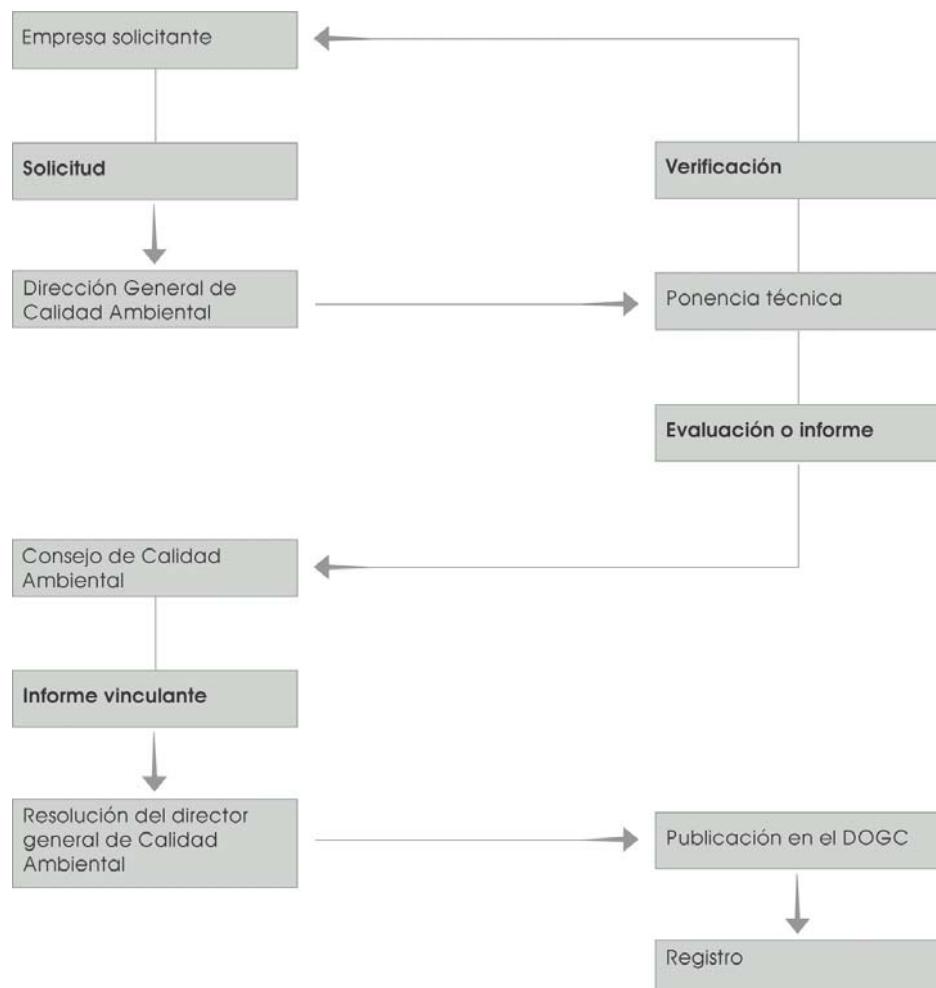


Figura 8.2: Proceso de obtención del Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental (Generalitat de Catalunya 2003a)



La Fundación Doñana 21 ha creado la etiqueta de calidad **Doñana 21** que requiere la implantación de un Sistema de Calidad y un Sistema de Gestión Ambiental en las empresas de la comarca de Doñana que quieran obtener este distintivo (Fundación Doñana 21 2003). Para optar a la etiqueta de calidad, las empresas deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Definir, desarrollar, implantar y evaluar un Sistema de Aseguramiento de la Calidad que cumpla los requisitos de la norma ISO 9001

- Definir, desarrollar, implantar y evaluar un Sistema de Gestión Ambiental que se ajuste a la norma ISO 14001
- Documentar las características de los productos que fabrican o los servicios que prestan y disponer de un programa anual para la mejora continua de su calidad
- Establecer los indicadores correspondientes para la evaluación del comportamiento ambiental y contar con un programa de mejora de esos indicadores
- Cumplir la normativa ambiental que sea de aplicación a su ámbito o sector de actividad
- Tener a disposición del público en general un informe medioambiental en el que se recojan, entre otros aspectos, la política medioambiental de la empresa o los logros que en este terreno se han conseguido

Las auditorías para evaluar el cumplimiento de los requisitos de la etiqueta son realizadas por AENOR, quien simultáneamente certificará las normas ISO 9001 e ISO 14001. La etiqueta de calidad se concederá por un período de tres años, durante los cuales se deberán pasar auditorías anuales de mantenimiento para comprobar que la empresa continúa cumpliendo los requisitos para el uso de la etiqueta. Un llamado Comité de Garantías, de composición plural, tiene la función de velar por el cumplimiento del reglamento de la etiqueta Doñana 21.



En 1994 se creó el **Distintivo Ecoturístico de Alcúdia** (*Distintiu Ecoturístic*) como una de las actuaciones resultantes de la proclamación de Alcúdia como "Municipio Ecoturístico" en 1992 (Ayuntamiento de Alcúdia 2001). Con la finalidad de estimular el respeto al medio ambiente en la industria turística local, el Ayuntamiento puso en marcha una etiqueta para los establecimientos hoteleros del municipio, que fue ampliada a los establecimientos de restauración en el año 1998. Para establecer los requisitos necesarios para obtener el distintivo, el Ayuntamiento consultó iniciativas de otros países europeos y solicitó el asesoramiento del grupo ecologista *Grup Ornitològic Balear* (GOB). Se desarrollaron tres tipos de documentos que regulan la obtención del distintivo: el reglamento, que consta de trece requisitos, de los cuales nueve son obligatorios y cuatro son optativos (véase la Tabla 8.4); la normativa específica, que determina la documentación a presentar junto con la solicitud; y las recomendaciones, que proporcionan información y consejos prácticos para facilitar el cumplimiento de los requisitos del reglamento.

Los establecimientos interesados pueden solicitar o renovar el distintivo de forma anual, presentando la documentación justificativa de que cumplen con los requisitos y abonando una tasa para gastos de tramitación. A continuación, reciben una inspección medioambiental de técnicos designados por la Comisión Ecoturística del Ayuntamiento de Alcúdia. La comisión formada por miembros del Ayuntamiento y representantes de diferentes sectores, estudia las solicitudes presentadas y redacta los correspondientes

informes técnicos. Finalmente, el Pleno del Ayuntamiento tiene la potestad de aprobar o denegar la concesión de los distintivos. La Agrupación Empresarial Hotelera de Alcúdia, que engloba la mayoría de los empresarios hoteleros de la zona, ha colaborado activamente tanto en la difusión de la campaña como en la organización de cursos de formación dirigidos a hoteleros y restauradores.

Tabla 8.4: Requisitos para la obtención del Distintivo Ecoturístico de Alcúdia (Ayuntamiento de Alcúdia 1998a)

Requisitos de obligado cumplimiento	Criterios
Curso de turismo y medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Curso sobre "Turismo y Protección del Medio Ambiente" para personal especializado/directivo • Campañas de concienciación ambiental para el personal
Reducción de basuras y recogida selectiva	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar productos de un solo uso y embalajes innecesarios • Recogida selectiva de diferentes tipos de basura según la gestión posible en el municipio • Acondicionamiento del cuarto de basura
Uso de materiales reciclados y de productos ecológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de papel reciclado y otros materiales reciclados disponibles en el mercado • Utilización y correcta dosificación de productos de limpieza totalmente biodegradables o que no sean perjudiciales para el medio ambiente (productos ecológicos)
Ahorro en el consumo eléctrico	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia energética de las instalaciones: aislamientos, contratación eléctrica, bombillas de bajo consumo y otras medidas de ahorro adoptadas • Uso de energías alternativas
Ahorro en el consumo de agua	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia de las instalaciones de agua: medidas de ahorro del consumo de agua adoptadas • Recogida y utilización de aguas de lluvia para riego u otros usos
Evacuación de las aguas residuales	<ul style="list-style-type: none"> • Conexión directa al alcantarillado
Eliminación de ruidos	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de la normativa vigente respecto a la regulación de ruidos • Instalación de reguladores de sonido y otras medidas de aislamiento acústico adoptadas
Zonas ajardinadas	<ul style="list-style-type: none"> • Ocupación media del 40% del solar con zona ajardinada • Uso de especies autóctonas y de bajo consumo de agua

Tabla 8.4: Requisitos para la obtención del Distintivo Ecoturístico de Alcúdia (Ayuntamiento de Alcúdia 1998a) (cont.)

Requisitos optativos	Criterios
Respeto medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento respetuoso con el medio ambiente
Información a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar información sobre actividades respetuosas con el entorno natural a los clientes • Información sobre transportes públicos • Fomento del uso de vehículos no contaminantes • Concienciación ambiental de los clientes • Buzón de sugerencias o reclamaciones ambientales
Respeto al medio cultural y lingüístico	<ul style="list-style-type: none"> • Consideración de los aspectos culturales en las promociones turísticas (lengua, monumentos, fiestas tradicionales, historia, etc.)
Decoración de los edificios	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptación de la decoración del edificio a las características típicas de la región: elementos de arquitectura y construcción locales • Mantenimiento del edificio de forma respetuosa con el medio ambiente
Menús regionales	<ul style="list-style-type: none"> • Incluir en los menús las especialidades típicas de la región, elaborados con alimentos de la zona y preferentemente frescos



Algunos tour operadores conceden premios a los hoteles contratados que destacan por sus prácticas ambientales. Este es el caso de TUI, Kuoni y Hotelplan que en base a encuestas a clientes, cuestionarios y/o inspecciones directas otorgan anualmente los premios "TUI Campeón del Medio Ambiente" (TUI Umwelt Champion), "Premio Planeta Verde" (Green Planet Award) y "Distinción de medio ambiente" (Umwelt-Auszeichnung). Los premios otorgados son publicados en los catálogos de los tour operadores. Aparte, en España hay diversos premios ambientales dirigidos a establecimientos hoteleros otorgados por las administraciones locales o provinciales o por las asociaciones hoteleras. Ejemplos son el Premio de la Excelencia Medioambiental Hotelera del Ayuntamiento de Palma de Mallorca, el Premio de Medio Ambiente y Turismo del Consejo Insular de Mallorca, la Distinción al mérito turístico por la Asociación Hotelera de Menorca por la labor de apoyo en la conservación del medio ambiente, y el Premio a la Calidad Medioambiental en Hostelería del Cabildo Insular de Tenerife y ASHOTEL (Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro).



8.3 Implantación del instrumento

8.3.1 Situación actual

Hasta el momento las ecoetiquetas turísticas han tenido muy poco éxito en el sector, aunque resulta difícil comparar los numerosos sistemas de diferente edad y ámbito de aplicación. Según el estudio de la WTO, en Europa las ecoetiquetas turísticas existentes certifican el 2% de las empresas a las que van dirigidas (WTO 2002). Sin embargo, el estudio destaca que el éxito de las diferentes etiquetas varía considerablemente, y mientras un 20% de las ecoetiquetas registran un incremento constante en sus certificaciones, la gran mayoría están estancadas o pierden adhesiones.

Con respecto a las etiquetas válidas para los hoteles en toda España, es decir, las etiquetas internacionales listadas en la Tabla 8.1, solamente ha tenido un éxito significativo el distintivo de Biosphere Hotels, y más recientemente, la certificación Establecimiento Eco-comprobado de TÜV Rheinland Berlin-Brandenburg. En Julio de 2003, eran 17 los hoteles y apartamentos certificados con la etiqueta Biosphere Hotels – Quality for Life en Lanzarote y 3 los certificados con la etiqueta Biosphere Hotels – Responsible Tourism (uno en Tenerife, uno en La Palma y uno en La Gomera) (ITR 2003b). Tras un comienzo bastante prometedor en 1998 y 1999, en los últimos años ha decrecido el número de certificaciones (véase la Figura 8.3). A nivel de las Islas Canarias el número de certificaciones representa el 4,1% de los 482 establecimientos hoteleros y a nivel de toda España el 0,1% de los 16.369 hoteles existentes. La marca Establecimiento Eco-comprobado ha sido otorgado a once hoteles desde el 2000 (0,06% de los hoteles españoles), nueve de ellos de la cadena Barceló (TÜV Rheinland Ibérica 2003a) (véase la Figura 8.3).

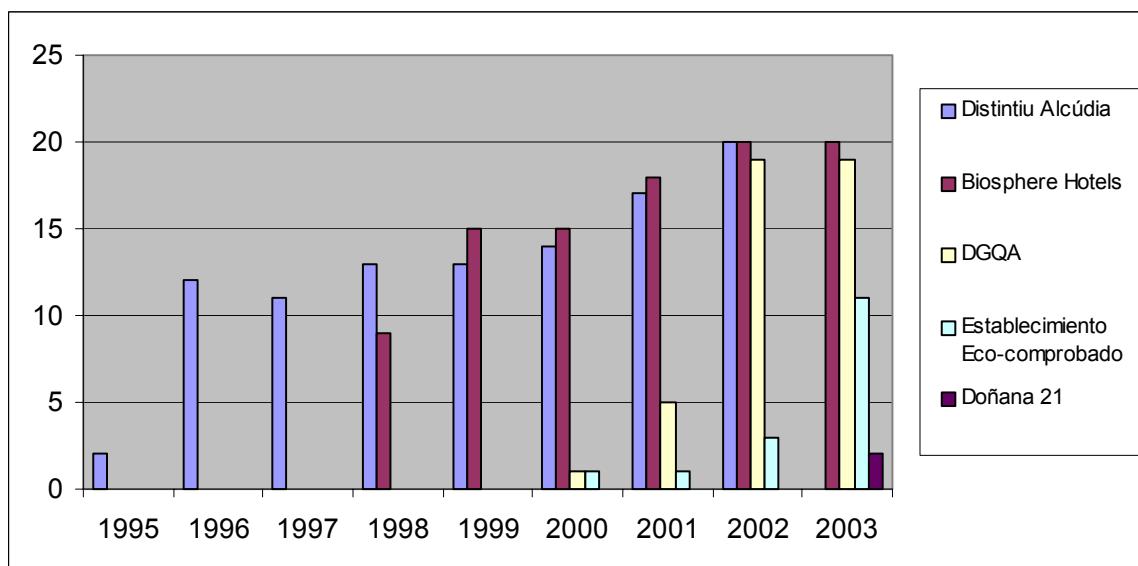


Figura 8.3: Hoteles certificados con ecoetiquetas españolas (Ayuntamiento de Alcúdia 2003, ITR 2003b, Generalitat de Catalunya 2003a,b, TÜV Rheinland Ibérica 2003a, Fundación Doñana 21 2003)

A pesar del respaldo del WTTC y la gran promoción en el inicio del programa a finales de los años noventa, la certificación Green Globe 21 no ha mostrado el éxito esperado (Buckley 2002). En general, el sistema ha recibido muchas críticas respecto a la falta de seriedad y sustancia en sus criterios, y no ha sabido ganar la aceptación por parte de la WTO, gobiernos nacionales, consumidores y ONG, que en algunos casos han criticado severamente la iniciativa, p.e. WWF UK (Synergy 2000). A fecha de Julio de 2003 solamente hay 62 empresas certificadas en todo el mundo, mayoritariamente en el Pacífico Asiático y en el Caribe (Green Globe 21 2003). En España, hasta el momento no se ha certificado ninguna empresa, aunque el Parque Comarcal del Castell de Montesquiu anunció en 1999 que implantaría la certificación (Comaposada 1999).

Las etiquetas nacionales han tenido una acogida más positiva en sus ámbitos geográficos respectivos. En Cataluña, de momento 19 hoteles han obtenido el Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental de forma progresiva en los últimos tres años (véase la Figura 8.3). Si tenemos en cuenta que en Cataluña hay 2.559 hoteles, esto representa un 0,7 %.

En Doñana, hasta la fecha 17 empresas han conseguido el certificado la Doñana 21, entre ellas dos hoteles (Fundación Doñana 21 2003) (véase la Figura 8.3). En Alcúdia, en el año 2002 20 hoteles del municipio habían conseguido el Distintivo Ecoturístico, lo que representa el 27% de los 74 alojamientos turísticos de Alcúdia. Como muestra la Figura 8.3, desde el incremento significativo en el año 1996, el número de concesiones se ha mantenido estable o ha crecido. Cabe destacar que el número de solicitudes presentadas siempre es más alto que el de distintivos concedidos, y que incluso de 1996 a 1997 un hotel perdió la certificación por no cumplir con los requisitos de ruido. El Anexo III contiene el listado de hoteles que han aplicado una de las ecoetiquetas existentes.

Con respecto a los premios, ningún hotel español ha obtenido un reconocimiento internacional otorgado, a excepción de la cadena RIU Hoteles que en el año 2000 recibió el Green Award en la WTM de Londres. Sí que hay numerosos hoteles que han sido premiados por los sistemas internos de los tour operadores TUI, Kuoni y Hotelplan y por los premios ambientales específicos de administraciones o asociaciones hoteleras españolas. También cabe destacar que en el año 2002 la Red de Paradores de Turismo de España recibió el Premio de Medio Ambiente Expansión y Garrigues por la implantación de Sistemas de Gestión Ambiental en sus establecimientos (Expansión 2002).

8.3.2 Motivaciones

En teoría, las empresas solicitan una ecoetiqueta para diferenciarse en el mercado, ofreciendo un producto de mayor calidad ambiental que sus competidores. Sin embargo, en base a las entrevistas y la observación directa en los hoteles, se perfila como principal motivación el **reconocimiento oficial** de las actuaciones ambientales realizadas por la empresa ("un reconocimiento a lo que haces") más que la esperanza de ventajas competitivas en el mercado.

Por lo general, los hoteles que se presentan a una ecoetiqueta ya tienen un historial de buenas prácticas ambientales y no tienen que realizar un gran esfuerzo para adaptarse a los requisitos de la certificación. Para estas empresas, las motivaciones para iniciar las buenas prácticas ambientales son las que se describen en el Capítulo 7: ahorro de costes, presión por parte de los clientes y tour operadores y conciencia personal. La ecoetiqueta es percibida como un reconocimiento al trabajo efectuado hasta el momento por parte de un organismo oficial:

“básicamente nosotros no es que hayamos hecho ningún cambio, sino el [...] en su análisis de nuestras actuaciones ya consideró, o ha considerado hasta ahora al menos, que nos merecíamos esto y nos lo ha dado, es decir que seguramente, nosotros desarrollamos cosas que no figuran en el Distintivo pero en general las que nosotros desarrollamos cumplen al menos lo que pide el Distintivo, y siempre, pues evidentemente nos ha hecho ilusión, ya que nuestra proyección del producto ya estaba muy enfocado a estos aspectos. (Hotel 12, 42)

Lo mismo se aplica a los premios ambientales, a los que se presentan los hoteles una vez han realizado actuaciones ambientales innovadoras y quieren obtener un reconocimiento externo por ello. Suele suceder que la empresa que es galardonada con un premio ambiental tras aplicar una ecoetiqueta y/o implantar un Sistema de Gestión Ambiental. Por ejemplo, el Aparthotel Viva Golf que en el año 2002 recibió el Premio de Medio Ambiente y Turismo por parte del Consejo Insular de Mallorca dispone del Distintivo Ecoturístico de Alcúdia y de las certificaciones ISO 14001 y EMAS.

8.3.3 Factores de éxito y fracaso

En el marco del proyecto europeo DEEP, en el que participó la autora de la tesis (véase el apartado 1.3.2), la empresa de consultoría Randa Group organizó en Julio 2002 en Barcelona un seminario de expertos para discutir los resultados del proyecto con representantes de los diferentes grupos de interés españoles de los sectores estudiados, uno de ellos el de alojamiento turístico (Randa Group 2002). La Tabla 8.5 muestra los factores de éxito y fracaso que se discutieron con respecto a los sistemas de información ambiental para el alojamiento turístico en este seminario.

Tabla 8.5: Factores para el éxito y el fracaso de los sistemas de información ambiental de turismo (Randa Group 2002)

Factores de éxito y/o fracaso	Relevancia para alojamiento turístico
Principales impactos ambientales a lo largo del ciclo de vida del producto o servicio	Principal impacto ambiental en la fase de uso: tanto el comportamiento del empresario turístico como el del consumidor son cruciales
Papel de stakeholders	La implicación de muchos stakeholders (turistas, administración local, comunidad local, hoteleros, etc.) es crucial, sobre todo la de la administración pública y de las asociaciones empresariales
Concienciación de consumidores	Baja concienciación de los consumidores sobre los impactos ambientales de las actividades turísticas, falta de "feedback" respecto al comportamiento
Estructura de mercado	Dominio de PYMES y microempresas; gran influencia de tour operadores
Formato	El símbolo debe ir acompañado de notas de texto adicionales
Criterios	Necesidad de flexibilidad debido a la gran variedad de tipos de alojamiento turístico y condiciones geográficas; relación entre criterios ambientales de alojamientos turísticos y criterios de calidad ambiental de destinos turísticos
Calidad y precio	Los tour operadores y los clientes individuales priorizan precio y calidad; las medidas ambientales pueden ser interpretadas contrarias a calidad (confort)
Costes/cuotas/verificación	Los costes y cuotas suponen una barrera para empresas, en especial, para las PYMES
Credibilidad	Confusión y cuestionamiento de legitimidad por proliferación de ecoetiquetas
Enfoque integrado	Vínculos positivos con otras herramientas de Política Integrada de Producto, en particular los Sistemas de Gestión Ambiental

A continuación se discuten los factores más relevantes para la aplicación práctica de las ecoetiquetas y los premios ambientales en los hoteles y que están relacionados con el suministro de información precisa, el conocimiento por parte de los clientes, el know how sobre comunicación de las ecoetiquetas y el interés por parte de los clientes.

- **Suministro de información precisa**

Un factor de éxito de las ecoetiquetas es la información concreta que ofrecen sobre las actuaciones requeridas para mejorar el comportamiento ambiental en el establecimiento hotelero. Los requisitos de las ecoetiquetas pueden ser considerados las mejores prácticas ambientales ("best practices") del sector y pueden servir como guía para alcanzar el

mejor nivel posible. Para adaptarse a la situación de partida y a las prioridades de cada establecimiento, las etiquetas suelen combinar criterios obligatorios (es necesario su cumplimiento) y optativos (es necesario llegar a un número determinado de puntos). Además, los criterios combinan medidas orientadas a soluciones tecnológicas y al comportamiento humano. Según el estudio de la WTO, los criterios de las ecoetiquetas pertenecen en un 54% a medidas técnicas (p.e. instalar dispositivos de ahorro de agua) y en un 41% a medidas de gestión (p.e. llevar registros, formar al personal, informar a los clientes) (WTO 2002). En los premios ambientales de turismo, el 37% de los criterios valora los proyectos de innovación en forma de combinación de medidas técnicas y de gestión (WTO 2002).

Sin embargo, debido a la complejidad de definir indicadores ambientales (véase el Capítulo 10), de momento ninguna de las ecoetiquetas aplicables en España define unos niveles de comportamiento determinados a alcanzar. La nueva ecoetiqueta europea para alojamientos turísticos simplemente obliga a las empresas a recopilar los datos relativos al consumo de energía, consumo de agua, consumo de productos químicos y volumen de residuos producidos (DO 2003).

- **Conocimiento por parte de los clientes**

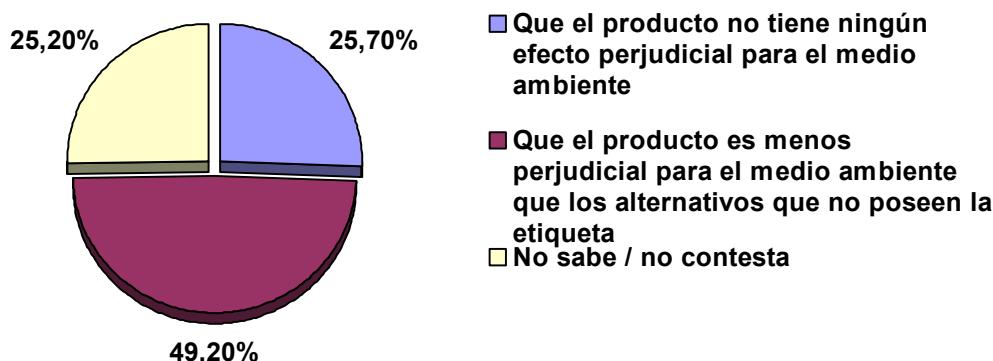
La encuesta realizada en el marco del proyecto DEEP (véase el apartado 5.3.2) revela que las ecoetiquetas son muy poco conocidas por parte del consumidor. El porcentaje de la población española que no conoce ninguna etiqueta es del 69,5%, y las que alcanzan mayor notoriedad son, por este orden, el Punto Verde, la Bandera Azul, la marca AENOR Medio Ambiente, el Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental y la Flor Europea (véase la Tabla 8.6)⁷. En la respuesta "otras etiquetas" están comprendidos todos aquellos símbolos que, por no considerarse etiquetas, no han sido incluidos en las posibles respuestas (p.e. no contiene CFC - respeta la capa de ozono, producto recicitable, conserva el medio ambiente, etc.).

⁷ Si no se considera el Punto Verde (que no es una ecoetiqueta propiamente dicha), el porcentaje de consumidores españoles que desconoce las ecoetiquetas aumenta al 90% (Randa Group 2001).

Tabla 8.6: Conocimiento de ecoetiquetas por consumidores españoles (Randa Group 2001)

Etiquetas	Porcentaje de población que menciona la etiqueta
Flor Europea	1,2%
Ángel Azul	0,4%
Cisne Blanco	0,8%
Etiqueta de eficiencia energética	0,8%
AENOR Medio Ambiente	2,7%
DGQA	2,2%
Bandera Azul	3,9%
Punto Verde	19,6%
Otras Etiquetas	10,5%

Además, el grado de identificación de las ecoetiquetas no garantiza que se conozca su significado. Cuando se pregunta al ciudadano sobre qué quiere decir la marca AENOR Medio Ambiente o el Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental, solamente la mitad de los encuestados es capaz de ofrecer una explicación correcta (véase la Figura 8.4). En cambio, el Estudio de Hábitos de Consumo y Medio Ambiente en España realizado por la Fundación Entorno muestra mayores grados de conocimiento de las diferentes ecoetiquetas pero mayor desconocimiento de su significado real (Fundación Entorno 2001b).

**Figura 8.4: Conocimiento del significado de ecoetiquetas** (Randa Group 2001)

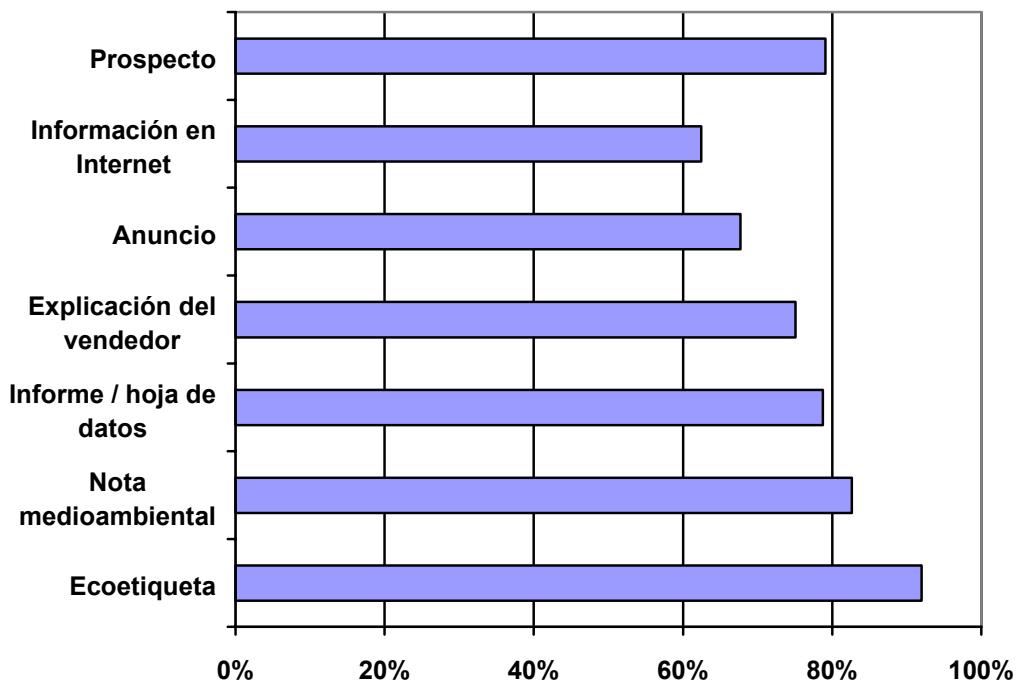
Preguntados por la confianza respecto a diferentes entidades responsables para gestionar y garantizar una ecoetiqueta, se señala, en este orden, a organizaciones de consumidores o medioambientales, organismos independientes, Comisión Europea, productores de los artículos, Gobierno nacional y comerciantes (Randa Group 2001). Esto demuestra una

confianza relativamente baja para los sistemas de ecoetiquetado utilizados en España, promovidos en su mayoría por administraciones o entidades privadas cercanas al sector.

Un problema adicional percibido por los empresarios entrevistados es que hay una gran variedad de etiquetas, lo que crea confusión entre los consumidores y cuestiona su legitimidad. La mayoría de entrevistados están a favor de una única etiqueta (por ejemplo a nivel europeo) para alojamientos turísticos. Los principales motivos nombrados para apoyar la iniciativa de la Comisión Europea son la esperanza de que una única etiqueta europea pueda reducir la posible confusión del consumidor ante la proliferación de ecoetiquetas existentes en la actualidad y el potencial de marketing de una etiqueta europea en comparación con sistemas nacionales y regionales.

- **Know how sobre comunicación de las ecoetiquetas**

En la encuesta llevada a cabo en el proyecto europeo DEEP también se preguntó a los usuarios por la manera de presentar la información sobre los aspectos medioambientales de los establecimientos turísticos. Según las contestaciones reflejadas en la Figura 8.5, la ecoetiqueta es la forma preferida, por delante de una nota medioambiental, un prospecto informativo u otros mecanismos. Esto parece indicar una potencial demanda de ecoetiquetas por parte de los turistas, pero debido al poco conocimiento de las ecoetiquetas, también puede indicar que los consumidores no saben distinguir los distintos formatos de presentar la información ambiental (Ayuso et al. 2003).



* Porcentaje de respuestas afirmativas

Figura 8.5: Presentación de la información ambiental preferida por los turistas (Randa Group 2001)

Los hoteleros entrevistados manifiestan que es difícil comunicar las ecoetiquetas u otras acreditaciones oficiales, como la certificación de un Sistema de Gestión Ambiental, al cliente. Los mecanismos empleados habitualmente como paneles informativos y folletos no tienen mucho éxito, y algunos hoteleros han intentado idear fórmulas más creativas como entregar a los clientes un cuestionario a llenar. Cuando los clientes del hotel vienen en viajes organizados, los hoteleros entrevistados otorgan un papel importante a los tour operadores y las agencia de viaje, y en particular, a las guías de éstos en los destinos turísticos:

"nosotros hemos pensado ahora esta temporada darle información a las guías, porque los turistas les hacen mucho caso a las guías, van como muy a lo que ellos dicen, entonces llamar a las guías, darles un tour por el hotel, que vean todo el sistema y que le comuniquen al cliente que por favor, colabore con el sistema. Cuando hacen el briefing, pues que les den toda la información y así creemos que también nos facilitaría muchísimo el trabajo" (Hotel 11, 71)

Según los estudios existentes sobre turistas de los mercados emisores como Alemania y Holanda, los consumidores no preguntan por información ambiental adicional y la mejor manera para comunicar las ecoetiquetas probablemente es a través de los canales de comunicación usuales como servicios de información turística, internet, televisión, prensa, agencias de viaje, guías de tour operadores e información en el mismo alojamiento (CREM & CH2MHILL 2000).

- **Interés por parte de los clientes**

Un posible factor de fracaso de las ecoetiquetas está ligado a la percepción del cliente. El producto o servicio ofrecido por un alojamiento turístico se diferencia considerablemente de un producto industrial, sobre todo en lo que respecta a la percepción del productor y del consumidor. Para el cliente, el servicio del hotel forma parte de una experiencia más completa que dura desde el momento en el que deja su hogar hasta que vuelve a él. En este sentido, el producto o servicio turístico tiene la particularidad de estar compuesto de numerosos productos parciales que son producidos y ofrecidos por productores independientes (hoteles, restaurantes, comercios, servicios de transporte, agencias de viaje, etc.), y de estar conectado, de manera muy especial, con la calidad del entorno ambiental, social y cultural del destino turístico (Mihalič 1996, Buckley 2002).

Las encuestas realizadas en el proyecto DEEP muestran que las preocupaciones ambientales de los consumidores son similares en los diferentes países y se centran más en los aspectos visibles o "verdes" (como la integración del establecimiento turístico en el paisaje) que en los aspectos ambientales no tan visibles o "grises" de los alojamientos, como consumos de agua, consumos de energía, la generación de basura y el uso de envases desechables, etc. (véase el apartado 5.2.3). No obstante, los aspectos denominados grises suelen constituir los criterios de las ecoetiquetas existentes mientras la calidad ambiental del destino turístico, como la integridad del paisaje, la calidad del agua o del aire, no depende solamente del impacto causado por las empresas de servicios turísticos. Un ejemplo de una etiqueta que considera estos aspectos es la

Bandera Azul que se ha convertido en un símbolo europeo de reconocimiento de la calidad ambiental de playas y puertos deportivos (Blue Flag Campaign 2003). La etiqueta de la Bandera Azul para playas se otorga cada temporada en base a 27 criterios, que incluyen entre otros, el cumplimiento de requisitos y estándares de calidad de agua y de vertidos, el número de papeleras adecuado para mantener limpia la playa y la limpieza diaria de la playa durante la temporada de baño.

Otro problema añadido es que el impacto ambiental sufrido en el destino turístico es percibido más claramente por los residentes locales que por los turistas, que solamente pasan una corta estancia en el lugar. En este sentido, el cliente del hotel no recibe un feedback de su comportamiento, es decir, no puede experimentar las consecuencias de haber seleccionado un determinado establecimiento y comportarse de una manera determinada durante su estancia en él. Este hecho puede explicar la razón por la cual en la encuesta del proyecto DEEP los consumidores de los países tradicionalmente receptores de turismo (España e Italia) muestran más conciencia ambiental por este servicio que los países tradicionalmente emisores (Alemania y Noruega) (Ayuso et al. 2003).

8.4 Evaluación del instrumento

8.4.1 Costes y beneficios del instrumento

Mientras los premios ambientales no suelen conllevar ningún coste, la obtención de una ecoetiqueta por parte de un hotel generalmente implica unos costes tanto de tasas de solicitud como de mantenimiento, a los que hay que sumar los costes de las actuaciones ambientales necesarias para cumplir los criterios (véase la Tabla 8.7). El pago de este tipo de tasas es visto como un problema para las empresas hoteleras entrevistadas, especialmente las PYMES. Resulta ilustrativo que en Cataluña se redujo el importe mínimo de la cuota anual del Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental de 360 € a 185,40 € por el rechazo encontrado entre los hoteleros.

Tabla 8.7: Costes de solicitud y mantenimiento de las ecoetiquetas para hoteles
 (Ayuntamiento de Alcúdia 1998b, Green Globe 21 2003, WTO 2002, Generalitat de Catalunya 2003a, Fundación Doñana 21 2003, DO 2003)

Concepto	Coste
Actuaciones necesarias para cumplimiento de los criterios (p.e. mediciones y análisis, edición de folletos para clientes)	Variable
Green Globe 21	
Asesoramiento	Variable
Cuota anual (Benchmarked y Certified)	200 – 1.000 €*
Establecimiento Eco-comprobado	
Certificación	1.500-3.500 €*
Ecoetiqueta Ecológica Europea	
Costes de ensayos, controles y verificación	Variable, aprox. 2.600 €
Cuota de solicitud	300-1.300 € (reducción para PYMES 25%, para microempresas y refugios de montaña 75%)
Cuota anual	100€ < 0,15% del 50% del volumen de facturación (reducción para PYMES 25%, para microempresas y refugios de montaña 25%, para ISO 14001/EMAS 15%)
Biosphere Hotels	
Cuota anual	n.d.*
Certificación e inspección anual	n.d.*
Distintivo de garantía de calidad ambiental (DGQA)	
Costes de ensayos, controles y verificación	Variable, aprox. 2.600 €
Cuota de solicitud	370,80 € (reducción para PYMES 50%)
Cuota anual	185,40 € < 0,1% del volumen de facturación < 741,60 € (reducción para PYMES 50% y empresas con ISO/EMAS 10%)
Etiqueta de Calidad Doñana 21	
Certificación (inicial y cada tres años)	2.118 – 6.085 €*
Mantenimiento anual	1.669 – 2.991 €*
Distintivo Ecoturístico de Alcúdia	
Solicitud anual	60,10 €

* depende de tamaño de empresa

** depende del organismo competente

Los beneficios percibidos por las empresas que han obtenido una ecoetiqueta están relacionados con las buenas prácticas ambientales implantadas por el hotel, y por lo tanto coinciden con los que se describen en el Capítulo 7: el ahorro de costes a medio o largo plazo, la mejora de la imagen de la empresa, la mejora de las relaciones con la administración ambiental y el aumento de la motivación del personal. A continuación se comentan algunas cuestiones particulares relacionadas con las ecoetiquetas.

- **Ahorro de costes a medio/largo plazo**

Algunas administraciones otorgan subvenciones y/o ayudas para facilitar el proceso de solicitud de las ecoetiquetas. Por ejemplo, en los últimos años, el Departamento de Medio Ambiente de la Generalitat de Catalunya ha subvencionado hasta un 75% los costes de ensayos, controles y verificación (máximo 2.000 €) para conseguir el Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental (Generalitat de Catalunya 2003a). Además, el Departamento está dispuesto a firmar convenios con gremios, asociaciones y entidades sin ánimo de lucro y otorgar ayudas especiales para la realización de estudios de implantación del el Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental en el sector turístico.

Debido a su carácter de reconocimiento oficial, la ecoetiqueta puede llevar a una mejor valoración en concursos con las administraciones públicas. Por ejemplo, la Orden de 14 de octubre de 1997 del Ministerio de Medio Ambiente exige la valoración de calidad ambiental en la resolución de los concursos convocados por el Ministerio de Medio Ambiente y organismos públicos de él dependientes. Así, en los contratos de suministros, obras y servicios se valora el certificado de la ecoetiqueta europea y/o de un SGA, pero esto no tiene prácticamente relevancia para el sector hotelero.

- **Mejora de la imagen de la empresa**

La utilización de un logotipo de adhesión al sistema de ecoetiquetado está pensado como un valor añadido para mejorar la imagen de la empresa y diferenciarla en el mercado. La entidad que gestiona la ecoetiqueta asume la función de promocionar las empresas ecoetiquetadas, y de esta manera, contribuir a la estrategia de marketing de las empresas. No obstante, de momento, ninguno de los hoteleros entrevistados declara haber mejorado su posición competitiva debido a una ecoetiqueta. Una razón puede ser que el potencial de marketing de las ecoetiquetas está condicionado por el ámbito local de los distintivos utilizados en España:

“El tema de ecoetiquetas y más como se está desarrollando en estos momentos en el mercado español, muy locales, y por lo tanto con escaso impacto en nuestro cliente que no es de la zona sino que es de fuera y a veces incluso con poca cohesión o coherencia entre unas etiquetas y otras..., no creo que dé un valor añadido al producto.” (Hotel 13, 122)

De hecho, algunos hoteleros se quejan de que los tour operadores no quieren poner el logotipo de la ecoetiqueta en los catálogos y prefieren sus propios esquemas. En este sentido, es interesante la labor de marketing de la Fundación Doñana 21 que pretende diseñar un plan de acción conjunto con las empresas certificadas para comunicar y promocionar la etiqueta. En este sentido se organizó un programa para un grupo de

periodistas del Club Internacional de Prensa para que conocieran la comarca y experiencias concretas con algunas empresas certificadas. Además, la Fundación tiene la intención de elaborar un catálogo en español e inglés que informe sobre los productos y servicios de las empresas certificadas (Canalmedioambiental 2002a).

8.4.2 Eficacia y eficiencia del instrumento

Los premios y las etiquetas pretenden contribuir a la mejora continua del comportamiento ambiental del producto o servicio ofrecido mediante el reconocimiento público de las mejores prácticas ambientales (premiando las mejores o certificando las de un cierto nivel). Según el estudio de la WTO, un premio es eficaz si es conocido y tiene una alta reputación entre las organizaciones a las que va dirigidas, si es consciente de los problemas y del potencial de mejores prácticas entre estas organizaciones y si consigue una alta concienciación para los ganadores entre el público o sector (WTO 2002). Una etiqueta es eficaz cuando fomenta y consigue una mejora sustancial y continua del comportamiento ambiental del producto o servicio turístico individual y certifica un porcentaje notable del grupo de producto o servicio (p.e. el 10%) para representar una oferta visible para el consumidor (WTO 2002).

A pesar de las dificultades para medir el estándar ambiental imperante en el sector hotelero, el mismo estudio de la WTO constata que el comportamiento ambiental medio de los hoteles europeos que disponen de una ecoetiqueta puede considerarse un 20% mejor que el comportamiento medio del sector, por ejemplo 20% menos de consumo de energía o agua por estancia (WTO 2002). En consonancia con esta información, el Ayuntamiento de Alcúdia destaca como consecuencias observables de la puesta en marcha del Distintivo Ecoturístico de Alcúdia la disminución del volumen de las aguas residuales que llegan a la depuradora municipal durante los meses de verano, el aumento considerable de las cantidades de papel/cartón y vidrio recogidas en los contenedores de recogida selectiva municipal y el incremento de instalación de placas solares para el calentamiento del agua sanitaria (Ayuntamiento de Alcúdia 2001).

Estos datos indican que las ecoetiquetas son capaces de mejorar el comportamiento ambiental del sector turístico respecto a objetivos determinados. Sin embargo, hasta el momento no se ha alcanzado la masa crítica para que las ecoetiquetas funcionen realmente como un instrumento de mercado. Las ecoetiquetas no sirven para implicar a las empresas del sector en actividades ambientales con el objetivo de diferenciarse en el mercado. Es más, si el hotel cree que tiene otra vía de propagar una imagen de protección ambiental explotará ésta con más éxito. Este hecho posiblemente explica porque el Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental para las casas rurales en Cataluña tiene menos adhesiones que para hoteles, ya que muchos empresarios de este sector ya confían en su imagen "verde". Asimismo, los premios ambientales para hoteles no gozan de un gran conocimiento y reconocimiento, por lo que es difícil que sirvan como estímulo para el sector.

8.5 Conclusiones

Los premios y las ecoetiquetas pretenden asegurar el comportamiento ambiental de la empresa en determinados aspectos y ofrecer la información correspondiente al consumidor. Para los hoteles españoles, las ecoetiquetas más relevantes son los cuatro sistemas de ecoetiquetado turístico que se han desarrollado en el país (Biosphere Hotels, Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental, Etiqueta Doñana 21 y Distintivo Ecoturístico de Alcúdia), más la Ecoetiqueta Ecológica Europea y las etiquetas de ámbito internacional Green Globe 21 y Establecimiento Eco-comprobado.

En los últimos años se observa una respuesta creciente de los hoteles a los distintos sistemas de ecoetiquetado aplicables en España. Aunque los sistemas no son comparables entre sí por su diferente edad y ámbito de aplicación, los resultados alcanzados hasta el momento parecen indicar que tienen mayor éxito las iniciativas más limitadas geográficamente. El Distintivo Ecoturístico de Alcúdia registra 27% de los hoteles del municipio de Alcúdia, el Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental 0,7 % de los hoteles de la Comunidad Autónoma de Cataluña, la marca Biosphere Hotels 0,1% de los hoteles españoles y el sello Establecimiento Eco-comprobado 0,06% de los hoteles españoles. La Etiqueta Doñana 21 es muy reciente y tiene la dificultad añadida que requiere la implantación de un SGA. Mientras la etiqueta internacional Green Globe 21 ha tenido un éxito nulo, queda por ver las consecuencias que tendrá la ecoetiqueta de la Unión Europea, que ha entrado en vigor en Mayo del 2003. Aunque los hoteles españoles prácticamente no participan en los reconocimientos internacionales, hay numerosos premios ambientales específicos otorgados a hoteles por parte de tour operadores, administraciones y asociaciones hoteleras en España.

La principal motivación manifestada por los empresarios hoteleros para aplicar las ecoetiquetas es el reconocimiento oficial de las actuaciones ambientales realizadas por la empresa. Las razones alegadas para iniciar las buenas prácticas ambientales ya se han descrito en el Capítulo 7 (el ahorro de costes, la presión por parte de los clientes y tour operadores y la conciencia personal de los directivos). Los factores más relevantes que pueden facilitar u obstaculizar la implantación de las ecoetiquetas desde el punto de vista de los hoteles dependen del suministro de información precisa, el conocimiento por parte de los clientes, el *know how* sobre comunicación de las ecoetiquetas y el interés por parte de los clientes. Los beneficios percibidos por las empresas que han obtenido una ecoetiqueta están relacionados con las buenas prácticas ambientales implantadas por el hotel, y por lo tanto coinciden con las descritas en el Capítulo 7 (el ahorro de costes a medio o largo plazo, la mejora de la imagen de la empresa, la mejora de las relaciones con la administración ambiental y el aumento de la motivación del personal).

A pesar de su potencial de mejorar el comportamiento ambiental del sector hotelero, hasta el momento no se ha alcanzado la masa crítica para que las ecoetiquetas funcionen realmente como un instrumento de mercado. El reducido número de hoteles con ecoetiqueta se explica más que por la dificultad técnica para cumplir los criterios

definidos, por la oposición al pago de las tasas de solicitud y mantenimiento. Adicionalmente, la presencia de diferentes ecoetiquetas y su aparente competencia entre ellas, crea confusión entre empresarios y consumidores.

9. LA EXPERIENCIA CON LOS SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL

Este capítulo pretende evaluar la experiencia con Sistemas de Gestión Ambiental en los hoteles españoles y su adecuación como instrumento voluntario de turismo sostenible. A lo largo del capítulo se analizan el contexto, el diseño (objetivos y requisitos) y la implantación (situación actual, motivaciones, factores de éxito y fracaso) del instrumento con ayuda de datos cuantitativos y cualitativos recogidos en el estudio empírico. Finalmente, se realiza una evaluación con respecto a los costes y beneficios y a la eficacia y eficiencia del instrumento.

9.1 Contexto del instrumento



Los sistemas de gestión se convierten en instrumentos cada vez más extendidos en las empresas del sector turístico, como demuestra la creciente aplicación de los sistemas de calidad según las normas del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) (ICTE 2003). Los estándares de Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) surgieron en la década de los años 90 como consecuencia del éxito de la serie de normas ISO 9000 para Sistemas de Gestión de Calidad. Actualmente existen dos normas de carácter voluntario para diseñar e implantar un SGA. Se trata de la norma de ámbito internacional ISO 14001 "Sistemas de Gestión Ambiental – Especificación con directrices para su uso" (AENOR 1996) que entró a ser operativa en 1996, y el Reglamento europeo EMAS (Eco-Management and Audit Scheme). El EMAS fue creado a través del Reglamento (CEE) N° 1836/93 del Consejo y fue revisado el 27 de abril de 2001. El llamado EMAS II se basa en el Reglamento 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 ambientales" (DOCE 2001a). El EMAS II incorpora la norma ISO 14001 en su totalidad, al remitirse a esta norma para definir los requisitos que debe cumplir el SGA. Además, la Comisión Europea ha publicado siete documentos guía referentes a algunos elementos clave del EMAS (elaboración de Declaraciones Ambientales, implicación de los trabajadores, determinación de los aspectos ambientales, etc.) para asegurar que el Reglamento sea aplicado de manera uniforme en todos los estados miembro (DOCE 2001b, DOCE 2001c).

A mediados del año 2001 fue publicada la norma española UNE 150101 EX como guía de implantación para hoteles, aparthoteles, apartamentos turísticos, hoteles en balnearios y otros alojamientos turísticos (AENOR 2001). La guía fue elaborada por un grupo de trabajo constituido por representantes de AENOR, asociaciones de empresas turísticas, cadenas hoteleras, municipios turísticos y empresas de consultoría. Utilizando como marco de referencia los requisitos de la norma ISO 14001, desarrolla los apartados de ésta utilizando ejemplos prácticos de aspectos ambientales, políticas ambientales, metodologías de

evaluación de aspectos, requisitos legales, etc., para hoteles u otros alojamientos turísticos.

Debido al éxito de los Sistemas de Calidad ICTE, la Asociación Hotelera de Menorca (ASHOME) ha propuesto el desarrollo de un plan turístico medioambiental similar al modelo del ICTE y al mismo tiempo compatible con las normas ISO 14001 y EMAS. La Fundación Biodiversidad y el ICTE están desarrollando la llamada "Q verde", y han implantado esta norma de calidad turística ambiental en 50 hoteles piloto repartidos entre Asturias, Benidorm, Costa del Sol, Granada, Menorca, Lanzarote y Tenerife (Canalmedioambiental 2002b).

9.2 Diseño del instrumento

9.2.1 Objetivo

Los SGA ofrecen un instrumento estructurado y sistemático para incorporar la variable ambiental a todos los aspectos de gestión de la empresa, ya que representa "la parte del sistema general de gestión que incluye la estructura organizativa, las actividades de planificación, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desarrollar, aplicar, alcanzar, revisar y mantener la política ambiental" (DOCE 2001a). Se trata de un plan estratégico que, de acuerdo con la política ambiental de la empresa, determina los objetivos y metas a corto, medio y largo plazo y coordina los recursos humanos, técnicos y económicos necesarios para su consecución. Un SGA permite a las empresas evaluar y mejorar su comportamiento ambiental y difundir la información correspondiente al público y a otras partes interesadas.

Los SGA se basan parcialmente en la realización de auditorías ambientales. En general, las auditorías ambientales sirven para evaluar el impacto ambiental causado por una empresa e identificar los ámbitos de actuación para reducirlo. Debe ser una "evaluación sistemática, documentada, periódica y objetiva del comportamiento de la organización, del sistema de gestión y de los procedimientos destinados a proteger el medio ambiente" (DOCE 2001a). En este sentido, el SGA parte de una auditoría inicial que informa sobre la situación ambiental de partida de la empresa, y utiliza auditorías periódicas para evaluar el progreso y el cumplimiento de los objetivos y metas del SGA, y la adecuación a la norma de referencia.

9.2.2 Requisitos

Las auditorías ambientales siguen la sistemática de cualquier tipo de auditoría, estructurada en tres fases: preparación de la auditoría, recogida de información y elaboración del informe de auditoría (véase, por ejemplo, Fuster et al. 2000). Antes de iniciar la auditoría se realiza un análisis previo del centro a auditar para delimitar el alcance de la misma e identificar las áreas y el personal clave. Posteriormente, la fase de recogida de información consiste en el trabajo de campo para identificar las actividades

y procesos que se llevan a cabo en el establecimiento y los impactos que tienen en el medio, a través de observaciones directas, entrevistas con el personal y revisión de documentos. Finalmente, debe elaborarse un informe en el cual se ponen de manifiesto los diferentes aspectos observados y se apuntan las acciones de mejora propuestas.

En Cataluña se está utilizando una metodología más detallada, el llamado Diagnóstico Ambiental de Oportunidades de Minimización (*Diagnòstic Ambiental d'Oportunitats de Minimització*, DAOM) creado por el Centro para la Empresa y el Medio Ambiente de la Generalitat de Catalunya (Departament de Medi Ambient 2000a). Esta metodología utilizada originariamente para estudios de producción limpia en el sector industrial, se ha aplicado de forma pionera a establecimientos hoteleros. Primero se analizan sistemáticamente los procesos y actividades de la empresa y se recogen datos sobre los efectos ambientales provocados. En base a esta información se identifican oportunidades de prevención de la contaminación en origen, las cuales son completadas con un breve estudio de viabilidad económica, para ofrecer a la empresa documentación completa y objetiva sobre las opciones existentes para iniciar actuaciones de minimización, sobre todo en lo que respecta a las corrientes residuales: emisiones atmosféricas, aguas residuales y residuos.

La metodología del diseño e implantación de los SGA sigue la filosofía "plan-do-check-act" (véase la Figura 9.1). Los SGA no prescriben requisitos de actuación ambiental concretos, salvo los compromisos de cumplir la legislación relevante y trabajar para la mejora continua. En cambio, las normas de referencia establecen una serie de etapas de un proceso sistemático y cíclico que las empresas deben seguir para conseguir la certificación por un organismo externo. A continuación se explican brevemente las fases en la implantación de un SGA (Ayuso y Fullana 2002).

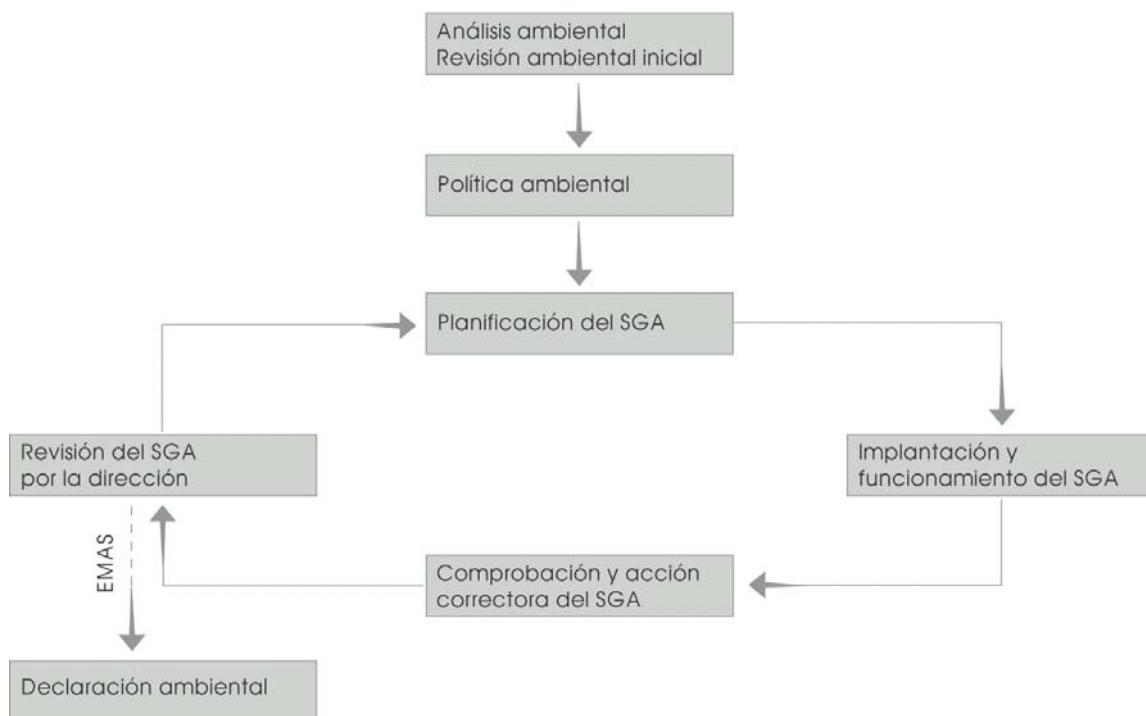


Figura 9.1: Etapas en la implantación de un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) (Ayuso y Fullana 2002)

- **Análisis Ambiental / Revisión Ambiental Inicial**

La Revisión Ambiental Inicial, o Análisis Ambiental según la nueva terminología del EMAS II, permite realizar una "fotografía" de la situación actual de la empresa con respecto al SGA. Se trata de un análisis preliminar de las actividades, productos y servicios y de la gestión global de los problemas ambientales en cuatro áreas clave: requisitos legislativos y reglamentarios, identificación y evaluación de los aspectos ambientales significativos, examen de prácticas y procedimientos de gestión ambiental ya existentes, y evaluación de la información obtenida a partir de incidentes previos. La revisión cubre, entre otros, los siguientes factores: energía, agua, materiales, residuos, emisiones y vertidos, ruido e impacto paisajístico.

Como resultado de la Revisión Ambiental Inicial, se elabora un informe de la situación ambiental de la empresa, resaltando la naturaleza y el alcance de los problemas y deficiencias, y estableciendo un plan para su corrección. Al mismo tiempo, en este plan se definen las necesidades organizativas y técnicas para introducir un SGA. En la Tabla 9.1 se muestran una serie de actividades y servicios estándar de un hotel, así como los principales aspectos ambientales asociados.

Tabla 9.1: Principales aspectos ambientales de un hotel (Anguera y Ayuso 2000)

Servicio/ actividad	Descripción	Principales aspectos ambientales
Administración	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección • Recepción de clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de energía, agua y materias primas (principalmente papel) • Generación de residuos municipales y residuos peligrosos
Servicios técnicos	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos para producción de agua caliente sanitaria • Aire acondicionado • Iluminación • Ascensores • Piscinas • Áreas verdes • Desinsectización y desratización • Reparaciones y mantenimiento preventivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de energía y agua • Consumo de diversas sustancias peligrosas • En algunos casos, uso de CFC y HCFC • Emisiones a la atmósfera y suelo • Generación de diversos tipos de residuos peligrosos • Generación de aguas residuales
Restaurante / bar	<ul style="list-style-type: none"> • Desayuno, comida y cena • Bebidas y snacks 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de energía, agua y materias primas • Generación de grandes cantidades de envases y embalajes
Cocina	<ul style="list-style-type: none"> • Conservación de alimentos • Elaboración de alimentos • Lavado de vajilla 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo importante de energía y agua • Generación de grandes cantidades de envases y embalajes • Generación de aceite vegetal usado • Generación de grandes cantidades de residuo orgánico • Generación de olores
Habitaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Uso por el cliente • Productos para clientes • Limpieza de habitaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de energía, agua y materias primas • Consumo de diversas sustancias peligrosas • Generación de residuos de envases y pequeñas cantidades de residuo banal • Generación de aguas residuales
Lavandería	<ul style="list-style-type: none"> • Lavado, secado y planchado ropa clientes • Lavado, secado y planchado ropa hotel 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo importante de energía y agua • Consumo de sustancias peligrosas • Generación de aguas residuales
Compras y almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de productos y proveedores • Almacenamiento de productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de residuos de envases y embalajes • Vertidos de sustancias peligrosas
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades dentro del establecimiento • Actividades fuera del establecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de energía, agua y materias primas • Impactos locales sobre los ecosistemas • Ruido • Generación de residuo banal
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte de clientes • Transporte de empleados • Transporte de proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de energía (gasolina) • Emisiones atmosféricas
Servicios adicionales	<ul style="list-style-type: none"> • p.e. servicio médico, supermercado, venta souvenirs, peluquería, servicio convenciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de energía, agua y materias primas • Generación de residuo banal y determinados residuos peligrosos
Construcción y reformas	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de nuevas áreas / servicios • Reforma de áreas / servicios existentes 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de energía y agua • Importante consumo de materias primas y sustancias peligrosas • Importante generación de residuos de construcción • Generación de residuos peligrosos

- **Política Ambiental**

La Política Ambiental es la “carta de presentación” del SGA de la empresa y tiene dos propósitos informativos: por una parte, dejar claro a los empleados de la empresa cuáles son las intenciones de ésta en lo que respecta al medio ambiente; por otra parte, proporcionar una declaración de principios, prioridades e intenciones de cara a las personas externas a la compañía (clientes, administración, vecinos, ONG ecologistas, etc.). La Política Ambiental debe comprometer a la organización como mínimo en el cumplimiento de todos los requisitos legales y a la mejora continua. Estas medidas se verán posteriormente especificadas en los objetivos y metas ambientales.

- **Planificación del SGA**

El SGA se diseñará sobre la base de la identificación de cuáles son los aspectos ambientales considerados significativos para la empresa y cuáles los requisitos legales aplicables. Por consiguiente, la empresa debe identificar las actividades pasadas, presentes y futuras, que podrían causar aspectos ambientales y que están asociadas con el ciclo de vida completo de sus productos y servicios. Una vez caracterizados (cuantitativa y/o cualitativamente) los aspectos ambientales se relacionan con los impactos que, de manera individual o agregada, pueden provocar sobre el medio ambiente, para decidir cuáles de éstos se consideran significativos. Esta evaluación es una de las tareas más importantes y discutidas, ya que es difícil realizarla de una manera totalmente objetiva, coherente y representativa.

Toda compañía, sea cual sea su tamaño, está afectada por una serie de leyes que establecen requisitos para el funcionamiento de la empresa, así como otros requerimientos que se derivan de códigos de buenas prácticas, acuerdos con autoridades públicas o directrices y pautas de comportamiento no reglamentarias. El SGA exige que estos requisitos sean recopilados, registrados, y asimilados por las personas responsables de hacerlos cumplir.

El Programa Ambiental tiene como finalidad la descripción de los objetivos y metas específicos para asegurar la mejora continua en la protección del medio ambiente en la empresa, incluyendo una descripción general de las medidas previstas para alcanzar dichos objetivos y metas. También se deben especificar las responsabilidades asignadas, los plazos fijados y los medios de los que se dispone. Ejemplos de programas que suelen ser aplicables a la mayoría de organizaciones son los siguientes: ahorro energético, ahorro de agua, control de vertidos, minimización de residuos, separación selectiva de residuos, etc.

- **Implantación y funcionamiento del SGA**

Para ejecutar la Política Ambiental de la empresa e implantar el SGA propiamente dicho, es necesario integrar los aspectos relativos al medio ambiente en la estructura organizativa de la empresa y en su gestión habitual, apoyándose en una serie de herramientas que ayudan a su aplicación.

Es necesario identificar todos aquellos puestos de trabajo implicados en el SGA y definir claramente sus funciones y responsabilidades. La dirección de la empresa y/o el responsable de medio ambiente se debe encargar de identificar la competencia profesional de las personas cuyo trabajo pueda tener un impacto significativo sobre el medio ambiente y diseñar un programa de sensibilización y formación que incluya tanto aspectos generales del SGA como específicos según los puestos de trabajo afectados. Asimismo, deben asegurarse mecanismos eficaces de comunicación interna y externa con relación a los temas ambientales de la empresa.

El SGA debe estar documentado de una manera ordenada y accesible a través de un manual de gestión ambiental, procedimientos, instrucciones de trabajo, registros, etc. Los registros permiten llevar a cabo un seguimiento del SGA y evaluar en qué grado se cumplen tanto la normativa, como los objetivos y metas establecidos. En la organización existen una serie de actividades, procesos e instalaciones que afectan o pueden afectar al medio ambiente de forma significativa, y sobre las cuales se debe ejercer un control operacional para asegurar que se llevan a cabo de forma ambientalmente correcta. Al mismo tiempo, deben ser establecidos planes de emergencia que prevengan o mitiguen los impactos ambientales asociados a posibles accidentes y situaciones de emergencia y deben realizarse los correspondientes simulacros.

- **Comprobación y acción correctora del SGA**

El proceso de comprobación del SGA consiste en controlar y analizar de forma continua los resultados obtenidos del SGA, para comprobar que se adecuan a la normativa y a los objetivos y metas de la empresa. En caso de incumplimiento, se deben revisar dos cuestiones básicas: la planificación y la implantación del sistema, y se deben determinar acciones correctoras y preventivas.

De manera periódica se realizan auditorías del SGA, que pueden ser llevadas a cabo por personal interno o externo a la empresa. El objeto de las auditorías ambientales es revisar el comportamiento ambiental de la empresa, así como la idoneidad y efectividad del funcionamiento del SGA.

- **Revisión del SGA por la Dirección**

El SGA persigue la mejora continua en el tiempo, por lo que es imprescindible realizar una revisión para detectar los puntos fuertes y débiles del sistema. La alta dirección revisa el SGA para adaptarlo a las no conformidades detectadas mediante la auditoría, y/o a los nuevos requerimientos ambientales de la empresa. La revisión debe incluir aspectos como: resultados de las auditorías, el grado de cumplimiento de los objetivos y las metas, condiciones cambiantes (servicios ofrecidos por el establecimiento, legislación, preferencias del mercado, tecnologías,...), comunicaciones relevantes, etc. En especial, se revisará el sistema de evaluación de comportamiento ambiental y la utilidad de los indicadores ambientales.

Una vez comprobada la eficacia del sistema, y el cumplimiento de los requisitos establecidos en la norma, se procede a la solicitud de certificación del SGA (o

“verificación” en el caso de EMAS) por un auditor externo e independiente. Las etapas concretas en esta parte del proceso vienen determinadas por la norma de certificación (ISO 14001 o EMAS) y la metodología del organismo certificador escogido. El auditor externo evaluará la política ambiental y el SGA implantado en la empresa y redactará un informe con los resultados de la auditoría realizada, que incluirá en su caso, la descripción de las no conformidades en relación con la legislación aplicable y con la documentación del SGA. Este informe servirá de base para la próxima revisión del sistema por parte de la dirección.

- **Declaración Ambiental**

En caso de que la empresa implante el SGA conforme al Reglamento EMAS, debe elaborar la llamada Declaración Ambiental. El propósito de dicho informe, que estará a disposición del público interesado, es informar acerca del impacto causado por la empresa y de las actuaciones encaminadas a la mejora del comportamiento ambiental. Una vez validada esta Declaración por un auditor acreditado, la empresa puede solicitar su inscripción en el registro europeo EMAS.

9.3 Implantación del instrumento

9.3.1 Situación actual

La implantación de los SGA ha sido promovida en gran medida por programas de ayuda financiera o técnica dirigidas a los hoteles, sobre todo en el caso de EMAS. El Gobierno de las Islas Baleares fue la primera administración que concedió subvenciones para SGA en el sector turístico a través del Programa ECOTUR, enmarcado en el programa LIFE – Medio Ambiente de la Unión Europea (Ayuso 1999). La respuesta de las empresas turísticas baleares fue muy positiva, y finalmente se otorgaron ayudas a 30 instalaciones piloto: 25 hoteles, aparthoteles y apartamentos turísticos, cuatro puertos deportivos y un campo de golf (Llull et al. 1999). Siguiendo la iniciativa del Gobierno Balear, varias Comunidades Autónomas (Cataluña, Valencia, Galicia y Andalucía, entre otras) subvencionan los gastos efectuados para la obtención de la certificación de SGA conforme al Reglamento europeo EMAS o la norma internacional ISO 14001.

Por otra parte, en el año 1999 la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo comenzó un estudio piloto para la implantación de SGA en 16 hoteles y apartamentos turísticos seleccionados a través de las asociaciones hoteleras de Benidorm, Granada y Tenerife, y en 2000 puso en marcha el programa “Impulso a la Gestión Medioambiental en Establecimientos Hoteleros según el Reglamento EMAS 2000” patrocinado por la Fundación Entorno, Empresa y Medio Ambiente (Fundación Entorno 2003a). La iniciativa consistía en proporcionar ayuda a 165 establecimientos hoteleros y apartamentos turísticos durante la implantación de un SGA. Las empresas adheridas recibieron de forma gratuita un curso de formación a distancia para directivos y técnicos, y diferente documentación de apoyo: cuestionario de evaluación, guía de procedimientos para la

implantación de un SGA, herramientas para la formación interna del personal, etc. En los años 2001 y 2002 se ha continuado con esta iniciativa a través del programa “e+Turismo” (Formación en internet para la Gestión Medioambiental en el sector hotelero según el Reglamento EMAS) (Fundación Entorno 2003a).

El resultado de todas estas iniciativas es un creciente número de hoteles que han implantado un SGA. Es fácil saber el número de hoteles registrados en el sistema EMAS, ya que se llevan registros a nivel de los organismos competentes de las Comunidades Autónomas, del Gobierno central y finalmente de la Comisión Europea. A fechas de Julio del año 2003 había 100 hoteles verificados, un 33% del total de las empresas españolas verificadas por EMAS (EMAS Helpdesk 2003). Cabe señalar el liderazgo de España en lo que respecta a las verificaciones del sector de hostelería en Europa, ya que concentra a un 89% de los hoteles europeos con EMAS (EMAS Helpdesk 2003). El número de empresas certificadas según la norma ISO 14001 es más difícil de controlar, porque no existe un registro centralizado español ni internacional. Según las comunicaciones de las diferentes entidades de certificación acreditadas, en fechas de Enero 2003 había 143 hoteles certificados según la norma ISO 14001. La Figura 9.2 muestra la evolución de los hoteles con certificados EMAS e ISO 14001 y con ambas certificaciones a fecha de Julio 2003.

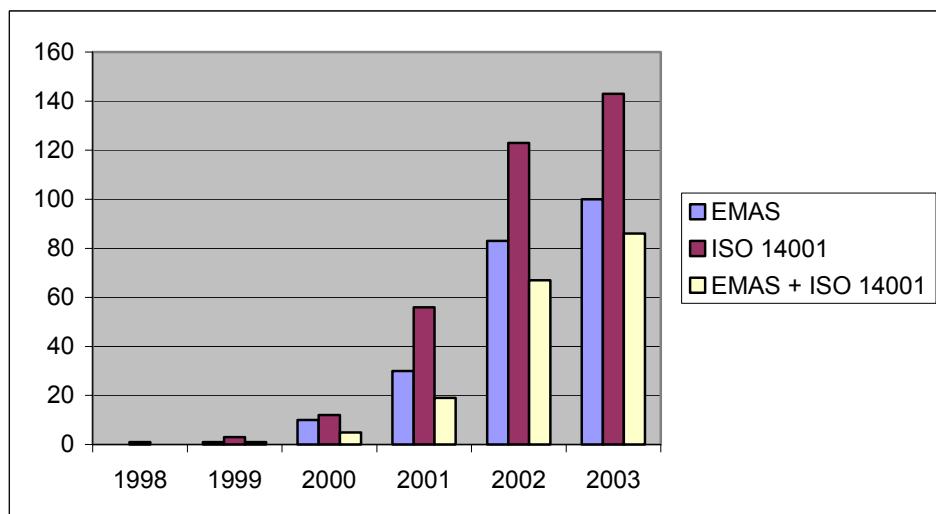


Figura 9.2: Hoteles con Sistemas de Gestión Ambiental certificados (MIMAM 2003, IHOBE 2003, AENOR 2003, LRQA 2003, SGS 2003, TÜV Rheinland Ibérica 2003b)

Se observa que a partir del año 2000 se incrementa significativamente el número de hoteles certificados. Hay que destacar que una gran parte de estas certificaciones son hoteles pertenecientes a grupos o cadenas. Por ejemplo, 58 establecimientos certificados pertenecen a la Red de Paradores de Turismo, lo que representa más de la mitad de los hoteles verificados por EMAS.

Al comparar el número de empresas certificadas con los 16.369 hoteles existentes en España, se obtiene un índice de certificación de 0,6% para EMAS, de 0,8% para ISO 14001, de 0,5% para ambas certificaciones a la vez, y de 0,9% para cualquiera de las dos certificaciones. El Anexo III contiene el listado de hoteles con SGA verificados y certificados. En comparación con otros sectores industriales, el sector de la hostelería destaca por preferir en mayor medida que otros sectores el Reglamento EMAS como modelo de sistema implantado. Además, según el Informe 2001 de la Gestión Medioambiental en la Empresa Española elaborado por la Fundación Entorno, el sector hotelero es el sector que en mayor medida, un 40% de sus empresas, adoptan sistemas propios (no conformes con los requisitos de EMAS ni ISO 14001). En este sentido, el estudio indica que el 5,9% de los hoteles españoles tiene efectivamente implantado un SGA (Fundación Entorno 2001a). Este último dato es sorprendente y no se ha podido comprobar en la práctica.

9.3.2 Motivaciones

El proyecto europeo EMPOST-NET, en el que participó la autora de la tesis (véase el apartado 1.3.2), estudió la aplicabilidad de los SGA (EMAS o ISO 14001) en el sector turístico con la finalidad de formular recomendaciones y sugerencias para el comité asesor del Reglamento EMAS compuesto por los representantes de los estados miembro. En España, la empresa de consultoría Randa Group realizó una encuesta a representantes de diferentes grupos de interés en el ámbito de los SGA estandarizados: organismos competentes y de acreditación, administraciones, consultores, verificadores y empresarios turísticos (Ayuso y Fullana 2000). La encuesta fue llevada a cabo entre Octubre 99 y Enero 2000, y contenía preguntas acerca de las principales motivaciones para implantar un SGA, las cuestiones clave en la experiencia de la propia implantación, el campo de aplicación idóneo (empresas, asociaciones, municipios, destinos turísticos) y la contribución de los SGA al desarrollo sostenible del turismo.

En consonancia con la numerosas guías sobre implantación de SGA (Departament de Medi Ambient 2000b, Fundación Entorno 2003a, MIMAM 2002, INEM e ISO 14000 & One Solutions Ltd 2000), de la encuesta se desprende que las principales razones para empezar a diseñar e implantar un SGA están fuertemente relacionadas con la consecución de ventajas competitivas. El Cuadro 9.1 muestra las motivaciones más nombradas por los encuestados para implantar un SGA.

Cuadro 9.1: Principales motivaciones para implantar un Sistema de Gestión Ambiental
(Ayuso y Fullana 2000)

- Deseo de mejorar la imagen pública de la compañía y demostrar respeto hacia el medio ambiente
- Voluntad de mejorar la gestión interna de la empresa
- Responder a exigencias y presiones de clientes y tour operadores
- Asegurar el cumplimiento con la legislación
- Aprovechar subvenciones otorgadas por la administración
- Reducir el impacto ambiental de la actividad empresarial
- Mejorar la calidad total del establecimiento
- Ahorrar a través de actuaciones ambientales, p.e. ahorros de energía y agua
- Mejorar la relación con la administración y prevenir controles
- Utilizar distintivo con reconocimiento europeo o internacional

No obstante, las motivaciones identificadas en las entrevistas y en la observación directa en los hoteles no coinciden con las afirmaciones recogidas en la encuesta, hecho explicable seguramente por el afán de los encuestados de dar respuestas "políticamente correctas". Más bien, el estudio empírico reconoce como motivaciones para implantar un SGA el reconocimiento del certificado obtenido y la posibilidad de mejorar la gestión interna, además de las motivaciones para iniciar las buenas prácticas ambientales que se describen en el Capítulo 7: ahorro de costes, presión por parte de los clientes y tour operadores y conciencia personal.

Los certificados de ámbito internacional o europeo otorgan un **reconocimiento oficial** al compromiso de la empresa hacia el medio ambiente. El certificado expedido por un organismo independiente (en el caso de ISO 14001) o la inclusión en un registro europeo de empresas (en el caso de EMAS) se percibe como una recompensa para el esfuerzo realizado por el hotel para cumplir todos los requisitos de la norma.

"sabíamos que lo hacíamos correctamente, que creíamos en ello, que invertimos en ello, y dijimos, si lo estamos haciendo bien, por qué no nos certificamos y somos reconocidos...para nosotros la certificación no es conseguir un sello, sino un reconocimiento de hacer las cosas bien hechas" (Hotel 16, 51)

Asimismo se valora el SGA como herramienta de **mejora de la gestión interna** de la empresa. Los hoteles no suelen estar familiarizados con una forma de trabajo sistemática y planificada, y en este sentido, la formalización de las responsabilidades y las tareas mediante documentos escritos puede ser un importante incentivo:

"nos va bien como seguimiento de lo que en su día comenzó a hacerse bien, se sigue haciendo bien, es una exigencia, y sobre todo, una certificación lo que te provoca es estandarizar y crear procedimientos, donde los procedimientos no cambian, la forma de hacer no cambia, mientras que las personas pueden ir cambiando, porque en un hotel hoy estamos y mañana no estamos, y tenemos que saber la forma de funcionar." (Hotel 16, 55)

9.3.3 Factores de éxito y fracaso

En la encuesta del proyecto EMPOST-NET mencionada en el anterior apartado se analizaron las facilidades y las barreras a la hora de implantar el SGA mediante el análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades). Las cuestiones nombradas con más frecuencia se muestran en la Tabla 9.2.

Tabla 9.2: Análisis DAFO de los Sistemas de Gestión Ambiental (Ayuso y Fullana 2000)

Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Elevado coste económico (gastos de consultoría y verificación/certificación) y esfuerzo en recursos humanos • Falta de “cultura ambiental” /concienciación en todos los niveles de la empresa • Excesiva burocracia de documentación para empresas turísticas
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> • La respuesta del mercado (beneficios económicos) no es proporcional al esfuerzo que supone implantar un SGA a corto plazo • Dificultad de formar y concienciar al personal debido a la estacionalidad y alta rotación en el sector • Falta de adecuación del estándar a las características del sector
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la imagen pública de la empresa • Implicación y motivación de todo el personal • Ahorro de costes reales en recursos y residuos a medio y largo plazo
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Diferenciación como turismo de calidad, y como consecuencia, ventajas competitivas • Ganar nuevos clientes y mercados concienciados ambientalmente • Mejora del comportamiento ambiental de la empresa y de la calidad ambiental del entorno

La mayoría de puntos fuertes y débiles mencionados de la implantación de los SGA en los hoteles se confirman en la práctica. A continuación se discuten los factores relacionados con la implicación de los directivos y los empleados, el *know how* sobre estructura organizativa del SGA, el *know how* sobre estructura formal del SGA, la colaboración de administración, proveedores y subcontratistas y el cambio de la gestión empresarial.

- **Implicación de los directivos y los empleados**

Un factor muy enfatizado por los hoteleros entrevistados es el compromiso por parte de la gerencia o dirección en el proyecto de implantación y mantenimiento del SGA. Antes de empezar con el diseño y la implantación del SGA en el hotel, la alta dirección debe estar

firmemente decidida a apoyar todas las actuaciones necesarias, y más concretamente a facilitar la infraestructura y los recursos (tanto humanos como económicos) que hagan falta, y a mantener vigente el compromiso. Sin este compromiso, el SGA no puede ser iniciado, puede ser abandonado o puede convertirse en un mero ejercicio “de papeleo”:

“no hemos buscado la certificación, no le aconsejaría a nadie empezar estos proyectos sólo para tener la certificación, no tiene sentido; es un premio pero si no crees en ello será un lastre que sólo dará trabajo, porque el problema llega una vez tienes el certificado para mantenerlo [...] pienso que es un final de un camino que no se acaba nunca [...] creo que esto es una mejora continua y pienso que lo más importante es que la gente crea en ello” (Hotel 15, 21)

Un problema común detectado en los hoteles que implantan un SGA es la pérdida de interés o compromiso ya durante el proyecto de implantación o tras la primera certificación del SGA. Esto se debe en algunos casos a que la alta dirección no es totalmente consciente de las implicaciones de un SGA, por ejemplo con respecto a la integración en la gestión de la empresa o al proceso de mejora continua.

Pero gran parte del éxito o del fracaso de un SGA también depende del grado de implicación del personal de la empresa, que de manera consciente o inconsciente puede sabotear el SGA:

“es una herramienta para [...] convencer al personal para cumplir con todo lo de medio ambiente. Porque si te vas al personal y les dices ‘chicos, tenéis que ahorrar electricidad porque estás gastando mucho...’ dirán ‘este tío, además de pagarnos poco, quiere que todavía le ahorremos dinero para que gane más, con lo que gana y todavía quiere ganar más’, pero si decimos ‘mira chicos, es que aquí nos obligan, es que esto lo hacemos mal’, entonces ya lo ven de otra manera.” (Hotel 3, 35)

El Reglamento EMAS hace especial hincapié en la implicación activa del personal en el SGA y en las formas apropiadas de participación (DOCE 2001b). Además de posibilitar la participación de los representantes del personal, cuando así lo soliciten, es importante encontrar sistemas que permitan que los empleados hagan sus aportaciones. En este sentido, los hoteles utilizan diferentes sistemas como el buzón de sugerencias, encuestas, reuniones de departamento, grupos de mejora, etc.

- **Know how sobre estructura organizativa del SGA**

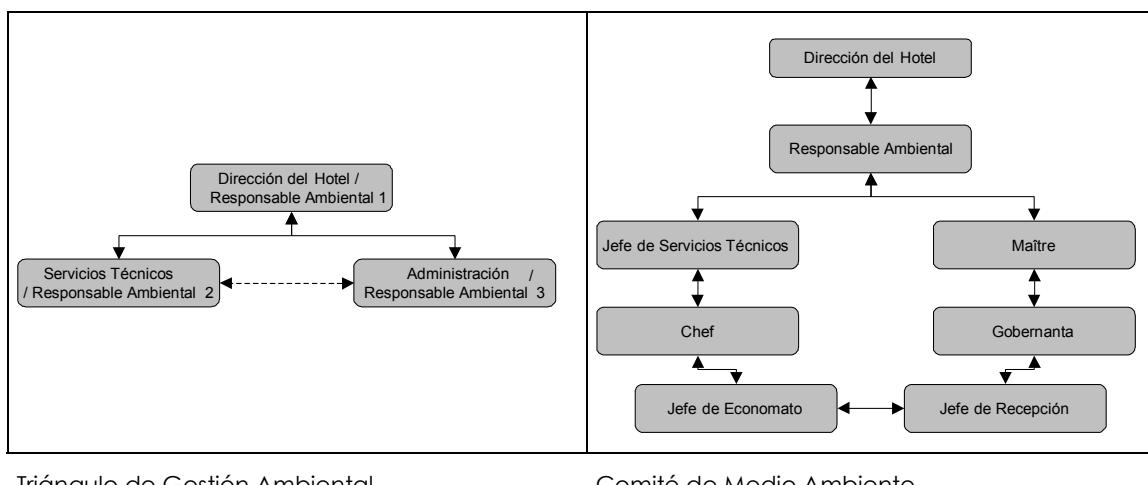
De las entrevistas y observaciones en los hoteles se deduce que la tarea de adaptar la estructura organizativa interna a las necesidades del SGA es crítica, en especial para PYMES. Generalmente, las empresas del sector hotelero no disponen de los recursos humanos suficientes para nombrar a una persona como Responsable de Medio Ambiente a tiempo completo. Según el informe de la Fundación Entorno, solamente un 23,5% de hoteles tiene definida y asignada la función ambiental en su organización, y en la mayoría de los casos, este Responsable de Medio Ambiente está a tiempo parcial (Fundación Entorno 2001a).

Otro problema añadido es que habitualmente los mandos directivos de los hoteles tienen una formación empresarial o específica de hostelería. En cambio, la función del Responsable de Medio Ambiente requiere tanto conocimientos técnicos de temas

ambientales (p.e. evaluación de aspectos ambientales significativos, medición de la mejora continua del comportamiento ambiental) como habilidades administrativas (p.e. control de la documentación, llevar los registros):

"el problema es encontrar a la persona que te tramite todo el papeleo, porque nuestra profesión es una profesión de muy poco papeleo, es una profesión que tienes que estar mucho con el cliente, [...], en cambio todo estas cosas son mucho trabajo de despacho, que es totalmente lo contrario de lo que hemos hecho siempre, entonces encontrar de repente una persona que se pase muchas horas en el despacho haciendo papeles y apuntándolo todo, pues es difícil" (Hotel 3, 39)

En función del tamaño y de las características del establecimiento, los hoteles operan básicamente con dos modelos de estructura organizativa (véase la Figura 9.3). El modelo de "Triángulo de Gestión Ambiental" suele ser empleado para pequeños y medianos hoteles, donde generalmente el Director del hotel asume la labor de Responsable de Medio Ambiente, con el apoyo del Jefe de Administración (en asuntos de personal, clientes, etc.) y del Jefe de Servicios Técnicos (en asuntos de mantenimiento, reparaciones, etc.). En este modelo el director adopta las decisiones con o sin ayuda del personal del hotel. El modelo de "Comité de Medio Ambiente" se emplea normalmente en organizaciones de mayor tamaño, donde la dirección designa un Responsable de Medio Ambiente (habitualmente una persona del equipo directivo), el cual desempeña sus funciones con el apoyo de los jefes de departamento. En este modelo, la toma de decisiones se realiza de forma conjunta entre los miembros del Comité.



Triángulo de Gestión Ambiental

Comité de Medio Ambiente

Figura 9.3: Modelos organizativos para la gestión ambiental (Anguera y Ayuso 2000)

La elevada rotación de personal en los hoteles hace que sea de gran importancia definir una adecuada estructura organizativa, especialmente cuando esta rotación se produce entre el personal directivo y los mandos intermedios (Anguera et al. 2000). Por ejemplo, los hoteles de una de las cadenas hoteleras más importantes suelen designar como Responsable de Medio Ambiente al Subdirector del establecimiento. Sin embargo, la

persona que ocupa este puesto de trabajo suele cambiar con una frecuencia de 3 a 15 meses, hecho que dificulta tremadamente el mantenimiento del SGA.

- **Know how sobre estructura formal del SGA**

Aunque la función de un SGA es ofrecer un mecanismo para estructurar los complejos temas ambientales dentro de la gestión empresarial, los hoteleros entrevistados generalmente perciben los SGA como algo que precisamente añade complejidad a las pautas internas de gestión y actuación. Esto se debe en gran medida a que los hoteles, sobre todo los individuales o de tamaño pequeño, no suelen tener un sistema de gestión definido y formalizado, ni están acostumbrados a utilizar herramientas como procedimientos, instrucciones, actas, registros, auditorías, etc.

Una encuesta realizada a empresas españolas del sector industrial en el año 1998/1999 mostró que la principal razón para el éxito de la implantación de un SGA se debía a la experiencia previa con otros sistemas de gestión (del Brío et al. 2001). Los hoteles no suelen disponer de la experiencia previa de haber implantado un sistema de gestión con requisitos similares al SGA, como por ejemplo los sistemas de calidad según la norma ISO 9001, así que no pueden aprovechar las estructuras y formas de trabajo existentes.

En comparación con los Sistemas de Calidad según las normas del ICTE, los estándares EMAS e ISO 14001 son poco concretos para situaciones específicas y ponen el acento en la formalización de los procesos. En algunos casos, los hoteles han considerado positivo poner por escrito sus pautas de actuación antes no definidas, como por ejemplo para los planes de emergencia. Sin embargo, en general se percibe un exceso de documentación y burocracia como obstáculo para una eficiente implantación de un SGA:

“el EMAS lo encuentro demasiado burocrático para una empresa como la nuestra, o sea, el gran esfuerzo que haces en el EMAS en ponerte al día en cuanto a leyes, en cuanto a papeles” (Hotel 15, 32)

- **Colaboración de administración, proveedores y subcontratistas**

Un posible factor de fracaso de los SGA está ligado a la falta de colaboración con agentes externos a la empresa. Muchos problemas ambientales que surgen en la implantación de un SGA no pueden ser solucionadas por una empresa individual sino que necesitan de la colaboración de otros agentes, por ejemplo la gestión de residuos o la compra verde. Es bastante común la crítica de los hoteles entrevistados sobre el deficiente apoyo institucional, sobre todo respecto a la infraestructura para la gestión de los residuos:

“con la administración, para el trámite de documentos legales, para que te pongan contenedores, para la separación selectiva, para los residuos peligrosos, pues te encuentras muchísimas pegas, es más, casi te tienes que pelear con la administración para que te pongan los medios, y creo que no debería ser así, pero lamentablemente es lo que está pasando [...] si tú tuvieras los mecanismos necesarios o tuvieses el apoyo de la administración que te pusiera los recursos adecuados sería muchísimo más fácil” (Hotel 11, 42)

Otra cuestión que preocupa a los hoteles es la colaboración con proveedores y subcontratistas. Los estándares de los SGA hablan de los aspectos indirectos y que la empresa debe analizar qué influencia puede ejercer sobre ellos y qué medidas puede adoptar para reducir su impacto. Sin embargo, los hoteles se quejan por la falta de proveedores adecuados o la falta de concienciación de proveedores habituales:

“con los proveedores [...] cuesta muchísimo que el proveedor, sobre todo aquel que tiene impacto ambiental te pueda ayudar, porque se trata de solidarizarse, o de que te pueda enviar realmente, de que ellos están haciendo o que están dentro de algún tipo de programa de buenas prácticas o de alguna certificación medioambiental, que así es como de alguna manera lo exige la normativa” (Hotel 16, 30)

Aquí la presión que puede ejercer un hotel sobre sus subcontratistas y proveedores depende del tamaño de la empresa. Por ejemplo, tras largas negociaciones una importante cadena hotelera llegó a un acuerdo con su proveedor de productos químicos para que se hiciera cargo de los envases de los productos de limpieza suministrados. Los hoteles particulares pueden acceder a estas ventajas a través de sus asociaciones. Por ejemplo, la Agrupación Empresarial Hotelera de Alcúdia ha firmado convenios de colaboración con la empresa suministradora de energía y otras empresas para la adquisición de placas solares, dispositivos de ahorro de agua, contenedores de residuos, etc.

En definitiva, una estructura activa de colaboración tipo red ("network") entre diferentes empresas, e incluso administraciones, puede ser útil para afrontar los problemas ambientales que trascienden los límites de la propia organización, además de asegurar el proceso de aprendizaje y el intercambio de información entre las empresas participantes (Fadeeva y Halme 2001). En este sentido, el siguiente ejemplo de la Asociación Hotelera de Palma Nova-Magalluf, una zona vacacional de Mallorca, muestra un ejemplo exitoso de colaboración:

“se ha puesto en marcha aquí, en esta zona, los acuerdos con tour operadores y restaurantes. Hay un sistema en la gente que está en pensión completa en los hoteles que cuando sale de excursión pide una cestita, esta cestita está hecha de cartón, dentro de la cestita hay como diez envoltorios de diferentes materiales que cuando se va de excursión se quedan en las papeleras o se quedan bajo los pinos o se quedan por el bosque. Esto multiplicado por los miles de turistas que se van, esto ensucia el medio ambiente brutalmente, entonces durante los meses de verano llegamos a un acuerdo en esta zona con tour operadores que es que el cliente ya no se lleva la cajita sino que se va a un restaurante de las principales zonas de excursión y a cambio de un acuerdo que hay con el tour operador, restaurante y hotel, pues con un ticket come en el restaurante. Entonces ya evitamos que se tire la cajita y conseguimos que deguste la comida de la zona, consuma más en los restaurante y se vaya más satisfecho.” (Hotel 7, 35-37)

- **Cambio de la gestión empresarial**

Los hoteleros entrevistados a menudo declaran que han pretendido diseñar el SGA conforme a su “manera de hacer las cosas” y que la implantación exitosa del SGA depende precisamente de su compatibilidad con el estilo de gestión de la empresa.

Sin embargo, la implantación del SGA irremediablemente producirá cambios con los que tendrán que afrontarse los directivos y empleados de la empresa. La nueva cultura ambiental puede representar un “choque” con la cultura de calidad existente. La integración de los procesos del SGA en la gestión de la empresa y la consideración de la información ambiental aportada para la toma de decisiones comportan modificaciones importantes en las rutinas establecidas:

“la aplicación de según qué procedimientos, que posiblemente no son tan dirigidos a nivel de medio ambiente, pero sí que son parte de los procedimientos de todo lo que significa una certificación medioambiental, como la bienvenida a un nuevo empleado, como la formación en temas medioambientales a personal nuevo, todo esto cuesta, y es [...] todo esto cuesta, y es un tema de repetir, repetir, y de repetir, y de hacer auditorías puntuales para averiguar que realmente se están cumpliendo” (Hotel 16, 26)

En este sentido, la capacidad de la organización para cambiar es crucial para establecer un SGA dinámico y conseguir el proceso de la mejora continua (Jørgensen 2000). De hecho, la dificultad de asimilar este cambio de cultura necesario es una de las razones más importantes para el fracaso del SGA, y generalmente son las PYMES las que más rigidez muestran para gestionar el proceso de cambio (del Brío et al. 2001).

9.4 Evaluación del instrumento

9.4.1 Costes y beneficios del instrumento

El coste de la realización de una auditoría o análisis ambiental por parte de una consultoría especializada es variable de una empresa a otra, pero puede establecerse aproximadamente en una franja de 1.800 € a 6.000 €, estimando una dedicación de entre 2 y 10 jornadas (MIMAM 2002). El proyecto de implantación de un SGA puede tener una duración de entre 6 y 18 meses, en función del tamaño y complejidad de las instalaciones y de la disponibilidad de recursos humanos por parte del hotel. Tras una primera implantación del SGA se requieren determinadas actuaciones de seguimiento para asegurar el mantenimiento del sistema. Los costes totales varían según la norma de certificación/verificación, tipo del establecimiento, situación de partida y la necesidad de contratación de una empresa externa de consultoría.⁸ Los hoteleros entrevistados destacan que los costes representan un obstáculo para la implantación de un SGA. Obviamente, el coste de implantación y mantenimiento suele suponer un mayor esfuerzo para las pequeñas empresas. La Tabla 9.3 muestra los costes medios desglosados por los diferentes conceptos.

⁸ La mayor parte de las empresas españolas que han implantado un SGA (aproximadamente 75%) ha tenido que recurrir a algún tipo de asesoramiento externo (Fundación Entorno 2001a).

Tabla 9.3: Costes de implantación y mantenimiento de un SGA (MIMAM 2002)

Concepto	Coste estimado
Consultoría para la diagnosis ambiental inicial	1.800 € - 6.000 €
Consultoría durante el diseño y la implantación del SGA	7.350 – 12.350 €
Consultoría durante el mantenimiento del SGA (formación en temas ambientales, auditorías internas, actualización del registro de legislación ambiental)	1.500 – 6.000 € al año*
Certificación/Verificación del SGA según la norma ISO 14001/Reglamento EMAS	3.500 – 7.500 €
Auditorías de certificación/verificación según la norma ISO 14001/Reglamento EMAS	1.500 – 2.500 € al año
Actuaciones necesarias para el cumplimiento de la legislación vigente (p.e. legalizaciones y revisiones de las instalaciones y equipos, gestores autorizados para recogida de residuos)	Variable
Actuaciones dirigidas a la mejora del comportamiento ambiental (p.e. inversiones tecnológicas; medidas de control, motivación, formación, información, etc.)	Variable
Costes internos de personal	Variable

* estimación propia

Las guías sobre implantación de SGA existentes suelen argumentar que la implantación de un SGA conlleva muchas ventajas para las empresas que pueden estar relacionadas directa o indirectamente con beneficios económicos. Según el Informe 2001 de la Gestión Medioambiental en la Empresa Española, los principales beneficios tangibles para los hoteles españoles que han implantado un SGA son la disminución en el uso de materias primas y la reducción de los gastos de gestión relacionados con los residuos, las emisiones y los vertidos (ambas opiniones las comparten el 50% de las empresas). Sin embargo, ninguna empresa cree que ha conseguido un incremento de las ventas. La mayoría de las empresas ha conseguido beneficios de carácter intangible: el principal beneficio percibido es la eliminación de los riesgos ambientales, seguido de la mejor percepción del entorno, la motivación de los empleados y la mejor percepción de las administraciones (Fundación Entorno 2001a).

En cambio, en las entrevistas realizadas y la observación directa en los hoteles que han implantado un SGA se han identificado los beneficios relacionados con las buenas prácticas ambientales, y ya descritas en el Capítulo 7 (el ahorro de costes a medio o largo plazo, la mejora de la imagen de la empresa, la mejora de las relaciones con la administración ambiental y el aumento de la motivación del personal), además del cumplimiento de las exigencias legales. A continuación se comentan algunas cuestiones particulares relacionadas con los SGA.

- **Ahorro de costes a medio/largo plazo**

Varias Comunidades Autónomas otorgan subvenciones para los costes de asesoría externa derivados de la implantación del SGA que cubren del 25 al 100%. Prácticamente la mitad de las empresas españolas (45,8%) ha recibido algún tipo de subvención o ayuda para la implantación del sistema (Fundación Entorno 2001a). Generalmente, las subvenciones muestran una clara preferencia por el Reglamento EMAS delante de la ISO 14001 que se traducen en mayores cantidades de subvención. Por ejemplo, el Departamento de Medio Ambiente de la Generalitat de Catalunya otorga subvenciones para hoteles con más de 50 habitaciones de 5.450 € en el caso de EMAS y de 3.350 € en el caso de ISO (para hoteles con menos de 50 habitaciones 3.650 € en el caso de EMAS y 2.450 € en el caso de ISO) (Generalitat de Catalunya 2003 a).

Debido a su carácter de reconocimiento oficial, el SGA puede favorecer una discriminación positiva por parte de las administraciones públicas, en el sentido de la Orden de 14 de octubre de 1997 del Ministerio de Medio Ambiente, aunque no sea relevante para el sector hotelero (véase el apartado 8.4.1). Además, en algunas Comunidades Autónomas, la certificación favorece la posibilidad de concesión de permisos y licencias y de exención de determinados controles reglamentarios, especialmente con la aprobación de la Directiva 96/61/CE del Consejo, de 24 de abril de 1996, relativa a la Prevención y al Control Integrada de la Contaminación. Por ejemplo, en Cataluña las empresas registradas EMAS están exentas de los controles periódicos para las actividades del anexo I y II.1 de acuerdo con la Ley 3/1998 de Intervención Integral de la Administración Ambiental. Sin embargo, esto no afecta a los hoteles que están clasificados en los anexos II.2 y III.

- **Mejora de la imagen de la empresa**

Más que beneficios a corto plazo o mejoras en la productividad o competitividad de la empresa, los hoteleros entrevistados declaran que la implantación del SGA conlleva una mejora de la imagen corporativa y en las relaciones institucionales:

“a nivel de reconocimiento público sí, es decir, a nivel de prensa, a nivel de administraciones públicas, a nivel de asociaciones y gremios, sí. Por qué? Porque todavía no hay muchos establecimientos que estén certificados, con ISO 14001 ni con EMAS, en este nivel sí, es la única aportación en un momento dado, que el reconocimiento o el posicionamiento del establecimiento se puede tener en cuenta, que para nosotros es mucho, nos ayuda muchísimo a ser conocidos ni que sea por este aspecto” (Hotel 16, 76)

En la actualidad, esta mejora de imagen no se materializa en unas ventajas competitivas en el mercado. Aunque se trate de turistas ambientalmente concienciados, generalmente desconocen el significado de un SGA certificado y los hoteles encuentran dificultades en transmitir a sus clientes lo que es un SGA. En cambio, los tour operadores interesados en cuestiones ambientales sí reconocen el esfuerzo de tener implantado un SGA y suelen renunciar de enviar sus propios checklist y realizar sus propias auditorías. Pero la situación no es comparable a la de algunos sectores industriales, donde las grandes

multinacionales comienzan a solicitar a sus proveedores que garanticen su compromiso ambiental mediante un SGA certificado (Biondi et al. 2000).

• **Cumplimiento de las exigencias legales**

En los hoteles que han implantado un SGA se ha observado en muchas ocasiones como a través de la Revisión Ambiental Inicial se descubrieron requisitos legales que no se habían considerado relevantes o que simplemente se desconocían. Asimismo, durante la realización de auditorías periódicas es común descubrir algunas desviaciones e incumplimientos de la normativa existente.

En este sentido se ha reconocido el beneficio que comporta la seguridad de cumplir con la legislación ambiental, y que puede evitar los costes derivados de multas y sanciones y de la degradación de imagen debido a incidentes o accidentes ambientales:

“cuando implantas un Sistema de Gestión Medioambiental te obligas a cumplir con la legislación, cosa que la mayoría no lo hace, y si no tienes un sistema, mira, como nadie te dice nada, la administración no presiona ni nada, pues tanto da. En cambio, tu implantas un Sistema de Gestión Medioambiental, ya adquieres el compromiso, no sólo de cumplir con la legislación sino de ir un poco más allá, es un esfuerzo bastante importante que hace la empresa porque la mayoría está sin cumplir con los requisitos legales, pues dices, ‘mira, hacemos esta inversión’, porque también lleva un coste, y sabes que a la larga es beneficioso, bueno, y a corto plazo ya estás obteniendo beneficios entre comillas, porque sabes que si tienes una inspección o cualquier cosa, ya estás cumpliendo con toda la normativa” (Hotel 11, 34)

Otros beneficios nombrados por el informe de la Fundación Entorno (la eliminación de los riesgos ambientales, la mejor percepción del entorno) no fueron identificados en las entrevistas realizadas.

9.4.2 Eficacia y eficiencia del instrumento

La auditoría ambiental tiene como objetivo hacer un diagnóstico de la situación ambiental del centro empresarial para identificar los puntos fuertes y débiles, y ofrecer criterios técnicos para escoger medidas de mejora ambiental. El SGA, en cambio, pretende ofrecer un mecanismo para gestionar el impacto ambiental de la empresa y mejorar el comportamiento ambiental de forma continuada. En este sentido, el sistema EMAS asegura en mayor medida la mejora del comportamiento ambiental que la norma internacional ISO 14001 que meramente requiere incluir “un compromiso de mejora continua y de prevención de la contaminación” en la política ambiental (AENOR 1996). El Reglamento europeo, que en su primera versión exigía a las organizaciones un compromiso dirigido a “la mejora continua y razonable de su actuación medioambiental, con vistas a reducir el impacto medioambiental a niveles que no sobrepasen los correspondientes a una aplicación económicamente viable de la mejor tecnología disponible”⁹, ahora estipula que la organización deberá comprometerse a “un proceso de

⁹ La referencia a la mejor tecnología disponible desaparece, al estar incluida en la Directiva 96/61/CE del Consejo, de 24 de abril de 1996, relativa a la Prevención y al Control Integrada de la Contaminación.

mejora, año tras año, de los resultados cuantificables del sistema de gestión medioambiental relacionados con [...] los aspectos medioambientales más significativos", y resalta que "no es preciso que la mejora de los resultados se produzca en todos los ámbitos de actuación al mismo tiempo" (DOCE 2001a). Además, EMAS exige la evaluación del comportamiento ambiental en las auditorías periódicas y la publicación de la Declaración Ambiental utilizando datos que permitan comparar anualmente la evolución del comportamiento ambiental.

Un SGA dota a la empresa de una herramienta de trabajo para sistematizar las buenas prácticas realizadas hasta el momento y asegurar su mejora paulatina de forma planificada. Sin embargo, es difícil evaluar la eficacia del proceso de mejora continua. La experiencia práctica demuestra que al comienzo de la implantación del SGA, los hoteles establecen objetivos ambientales fácilmente alcanzables, pero que con el paso del tiempo la detección de áreas de mejora viables se hace más difícil. Además, se observa que la gestión ambiental generalmente recibe una prioridad inferior respecto a otros ámbitos de gestión, como la calidad del servicio. Esto se debe a la falta de reconocimiento del certificado obtenido por la empresa y, por consiguiente, la ausencia de ventajas competitivas ligadas a la implantación de un SGA. En la actualidad, los SGA no funcionan todavía como instrumentos de mercado. No obstante, un importante logro es que las empresas que implantan un SGA hacen un esfuerzo por cumplir la legislación, aunque este no era el objetivo explícito del sistema.

9.5 Conclusiones

Mientras las auditorías ambientales sirven para evaluar el impacto ambiental de la empresa e identificar las actuaciones para reducirlo, los SGA van más allá y pretenden ser una herramienta de trabajo para gestionar y mejorar el comportamiento ambiental de la empresa, y en caso dado, difundir la información ambiental correspondiente. Un creciente número de hoteles ha implantado y certificado un SGA de acuerdo con los dos estándares de referencia, el Reglamento europeo EMAS y la norma internacional ISO 14001. Con respecto al número total de hoteles españoles, se obtiene un índice de certificación de 0,6% para EMAS, de 0,8% para ISO 14001, de 0,5% para ambas certificaciones a la vez, y de 0,9% para cualquiera de las dos certificaciones.

Las principales motivaciones manifestadas por los empresarios hoteleros para implantar un SGA son el reconocimiento oficial del certificado obtenido por las actuaciones ambientales realizadas y la posibilidad de mejorar la gestión interna de la empresa. Las razones alegadas para iniciar las buenas prácticas ambientales ya se han descrito en el Capítulo 7 (el ahorro de costes, la presión por parte de los clientes y tour operadores y la conciencia personal de los directivos). Los factores más relevantes que pueden facilitar u obstaculizar la implantación de las buenas prácticas ambientales desde el punto de vista de los hoteles dependen de la implicación de los directivos y los empleados, el *know how* sobre estructura organizativa del SGA, el *know how* sobre estructura formal del SGA, la colaboración de administración, proveedores y subcontratistas y el cambio de la gestión

empresarial. Los beneficios percibidos por las empresas que han implantado un SGA están relacionados con las buenas prácticas ambientales implantadas por el hotel, y por lo tanto coinciden con las descritas en el Capítulo 7 (el ahorro de costes a medio o largo plazo, la mejora de la imagen de la empresa, la mejora de las relaciones con la administración ambiental y el aumento de la motivación del personal), además del cumplimiento de las exigencias legales.

Aunque los SGA representan una herramienta sistemática para evaluar y mejorar el comportamiento ambiental del hotel, su principal inconveniente es el elevado coste económico y de personal relacionado. En la actualidad, los SGA no funcionan todavía como instrumentos de mercado, ya que el esfuerzo de implantar un SGA no se traduce en ventajas competitivas para la empresa. El número relativamente importante de hoteles que han implantado un SGA, sobre todo en el caso de EMAS, ha sido promovido en gran medida por los programas de ayuda financiera o técnica dirigidas a los hoteles españoles.

10. LA EXPERIENCIA CON LOS INDICADORES AMBIENTALES

Este capítulo pretende evaluar la experiencia con los indicadores ambientales en los hoteles españoles y su adecuación como instrumento voluntario de turismo sostenible. A lo largo del capítulo se analizan el contexto, el diseño (objetivos y requisitos) y la implantación (situación actual, motivaciones, factores de éxito y fracaso) del instrumento con ayuda de datos cuantitativos y cualitativos recogidos en el estudio empírico. Finalmente, se realiza una evaluación con respecto a los costes y beneficios y a la eficacia y eficiencia del instrumento.

10.1 Contexto del instrumento

En la reciente modificación del Reglamento europeo EMAS (EMAS II) y en diferentes directrices de la Comisión Europea respecto a las Declaraciones Ambientales del EMAS, se menciona la necesidad de que las organizaciones incorporen herramientas que permitan evaluar su comportamiento ambiental a lo largo del tiempo (DOCE 2001a, DOCE 2001b). Estas herramientas son los indicadores ambientales o ecoindicadores. Al igual que los indicadores de contabilidad, los indicadores ambientales pueden expresar información útil y relevante sobre la situación de la empresa. Dos organizaciones internacionales importantes, la ISO y el WBCSD, han creado sus propias definiciones de los indicadores ambientales con ejemplos, unidades y maneras de medirlos. La norma internacional ISO 14031 "Guías para la evaluación del comportamiento medioambiental", publicada en 1999, se ha desarrollado considerando los requisitos de la norma ISO 14001 sobre SGA (AENOR 2000).

Además de los trabajos genéricos de estas organizaciones internacionales, se han desarrollado ecoindicadores específicos para el sector turismo. Recientemente, la IHEI en colaboración con WWF-UK ha desarrollado el sitio <http://www.benchmarkhotel.com>, una aplicación en internet que pretende ser una herramienta interactiva para evaluar el comportamiento ambiental de un hotel, en las áreas energía, agua, residuos, aguas residuales, compras y utilización de productos químicos, y relaciones con la comunidad local. Sin embargo, los indicadores utilizados son confidenciales, ya que se trata de una página web privada en la que los hoteleros pueden comparar su comportamiento ambiental con estándares establecidos a cambio de una cuota de registro. Asimismo, el Programa Green Globe 21 utiliza indicadores para medir el comportamiento ambiental de las empresas adheridas a los niveles de participación de "Benchmarked" y "Certified" (véase el Capítulo 8). Los datos de las empresas son evaluados con los llamados "earth check indicators" para compararlos con un nivel de benchmarking básico determinado por Green Globe 21 y un nivel deseable de "best practice" (Green Globe 21 2003).

En España, sin embargo, la mayoría de iniciativas de ecoindicadores de turismo van dirigidas a los destinos turísticos. Algunas regiones como Baleares o Tenerife, e incluso algunos municipios como Calviá han desarrollado indicadores de sostenibilidad

orientados al turismo (CITTIB 2001, De Reyna 2002, Ayuntamiento de Calvià 1999). Recientemente, el Ministerio de Medio Ambiente ha elaborado un sistema de indicadores ambientales en el sector turístico español que consta de 27 indicadores aplicables a nivel nacional, autonómico y local (Anegón 2002, Ximeno 2002).

10.2 Diseño del instrumento

10.2.1 Objetivo

La palabra indicador viene del verbo latín ‘indicare’, que significa mostrar, anunciar, estimar o asignar un precio. Los indicadores ambientales proporcionan un volumen elevado de información cualitativa y cuantitativa de manera resumida para permitir la evaluación del comportamiento ambiental de una empresa. Estos indicadores se podrán basar en la información económica de la empresa, en sus procesos productivos y en su gestión, y podrán ser absolutos que son los que miden un parámetro en un período de tiempo definido (por ejemplo kg producidos en un año), o relativos que miden dos o más parámetros por período de tiempo definido (ganancias/kg producidos en un año).

Los indicadores ambientales tienen dos funciones principales. En primer lugar, los indicadores son una herramienta en la toma de decisiones de la empresa para evaluar el comportamiento ambiental, establecer objetivos e iniciar actuaciones de mejora. De esta manera, un conjunto coherente de indicadores sirve para medir el efecto que las actividades de la compañía tienen en el entorno en el que opera y su variación en el tiempo (*monitoring*). En segundo lugar, los indicadores ambientales permiten la comunicación tanto interna como externa de este comportamiento ambiental (*reporting*). Externamente, la comunicación ambiental es una manera para la empresa de informar sobre los objetivos, prácticas y logros ambientales a las partes interesadas. Esta comunicación puede hacerse de diferentes formas, desde la publicación de un boletín anual a un informe completo sobre el comportamiento ambiental.

10.2.2 Requisitos

Al igual que la ISO 14001, la norma internacional ISO 14031 no prescribe requisitos de actuación ambiental concretos, sino que ofrece un marco en el que cada empresa puede evaluar su comportamiento ambiental siguiendo un modelo del tipo “*plan-do-check-act*”. La evaluación del comportamiento ambiental es un proceso de gestión interna que utiliza determinados indicadores que permitan comparar el comportamiento ambiental pasado y presente con los criterios que tenga definidos la organización al respecto. En el desarrollo de indicadores ambientales se pueden distinguir cinco fases (véase la Figura 10.1).

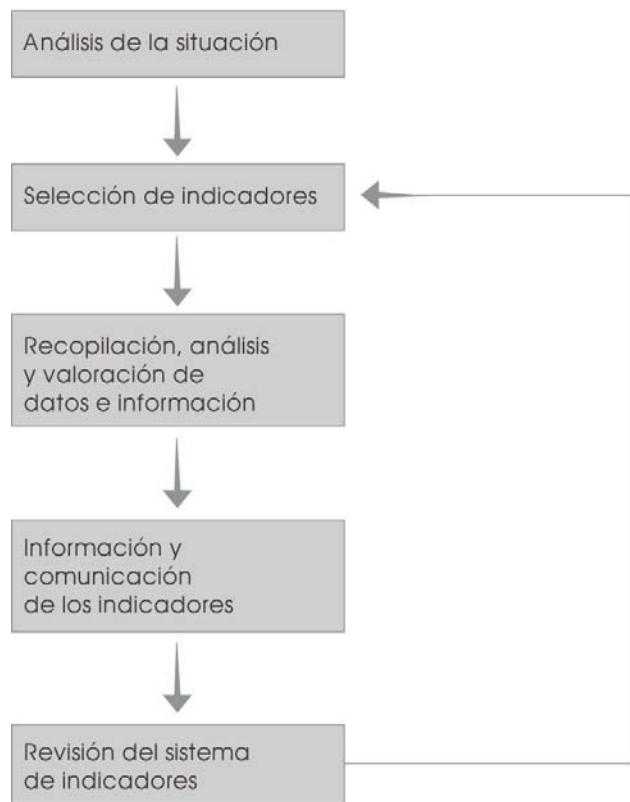


Figura 10.1: Fases para desarrollar indicadores ambientales

Para planificar la evaluación del comportamiento ambiental, la empresa debe realizar un análisis de la situación y definir en qué criterios se basará, como por ejemplo, los aspectos ambientales reconocidos como significativos en una auditoría o análisis ambiental. En la selección de los indicadores propiamente dichos influirá la accesibilidad y representatividad de la información considerada, así como los intereses de los grupos de interés de la empresa. Tras seleccionar los indicadores se procederá a la recopilación de la correspondiente información. Para ello, se deberán recoger regularmente una serie de datos que permitan expresar los indicadores escogidos. En el proceso de recogida de datos influirán factores como la disponibilidad de los datos, su adecuación, su validación científica y estadística y su verificación. Los datos recopilados deberán ser analizados y traducidos a la información que pueda describir el comportamiento ambiental de la empresa, a través de cálculos, métodos estadísticos y/o gráficos, etc. Finalmente, los indicadores pueden ser comparados con los criterios establecidos por la empresa, por ejemplo en el programa ambiental. Los resultados también deberán ser comunicados a la dirección, para determinar el progreso o las deficiencias en el comportamiento ambiental, y en caso dado definir acciones de mejora. Los indicadores también pueden ser comunicados a las diferentes partes interesadas internas (p.e. empleados) y externas (p.e. contratistas, clientes) de la organización, siempre orientándose por los requerimientos de información de cada grupo. Finalmente, el sistema de indicadores deberá ser revisado

periódicamente para evaluar la utilidad de los indicadores ambientales y modificarlos en caso dado.

La ISO 14031 sugiere una clasificación de indicadores ambientales. Como puede observarse en la Figura 10.2, la ISO 14031 diferencia en primer lugar entre indicadores de comportamiento ambiental de la organización e indicadores de las condiciones del entorno. Los primeros dan idea de las causas de los posibles problemas ambientales mientras que los segundos pueden aproximar mejor el efecto que producirán en el medio ambiente afectado (p.e. calidad del aire en la región). A su vez, los indicadores de comportamiento ambiental de la organización se pueden dividir en indicadores de gestión, que miden los esfuerzos de gestión (p.e. formación ambiental, auditorías) y los indicadores operacionales, que describen el comportamiento ambiental de las operaciones de la organización (p.e. consumo de energía, consumo de agua, generación de residuos).

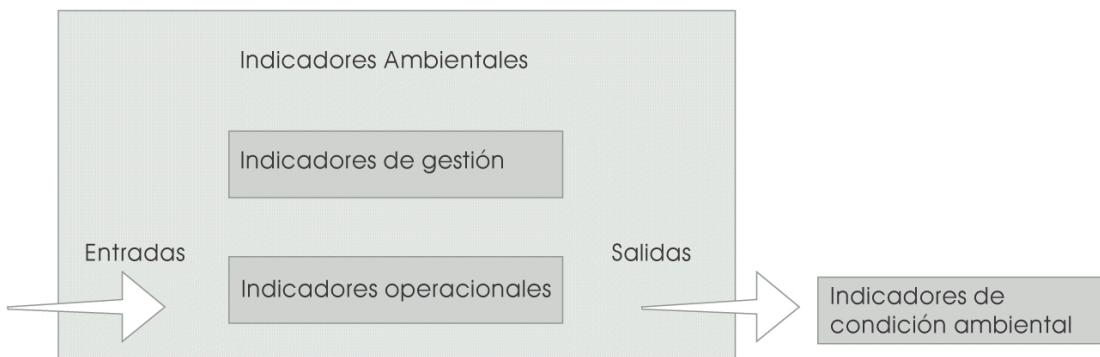


Figura 10.2: Evaluación del comportamiento ambiental y sus indicadores (Fullana 2001)

La WBCSD propone indicadores para medir la ecoeficiencia de la compañía (es decir el cociente entre el valor del producto o servicio que se está evaluando y su influencia ambiental, véase también el Capítulo 2). Esta organización diferencia entre dos tipos distintos de indicadores: genéricos o aplicables prácticamente a cualquier empresa (p.e. consumo de energía, emisiones de gases con efecto invernadero ambiental), y específicos, o definidos en función de las características propias de cada negocio (p.e. emisiones al agua específicas) (WBCSD 2000a). En este sentido cabe destacar, que los indicadores de comportamiento ambiental de hoteles encontrados en la bibliografía generalmente están relacionados con la eficiencia en el uso de los recursos (de Burgos-Jiménez et al. 2002). Estos indicadores se construyen de cocientes del consumo de determinados recursos (*input*) con el servicio proveído o la capacidad del establecimiento (*output*) (véase la Tabla 10.1).

Tabla 10.1: Unidades útiles para establecer indicadores de eficiencia ambiental (de Burgos-Jiménez et al. 2002)

Unidades para medir el consumo de recursos (input)	
Energía	KWh, KJ, Kcal, T de vapor, Termias, T equivalente en petróleo, BTU (British thermal unit), kg, l de butano, propano, gasoil, etc.
Agua	Litros, m ³ , o galones de agua usada o reutilizada
Residuos	T, kg, l, m ³ , ... de residuos generados; T, kg, ... de material (papel, aceite, pilas, vidrio, aluminio, etc.) reutilizado, reciclado, etc.
Unidades para productos (output)	
Genéricos	Nº de habitaciones o camas, nº clientes o habitaciones ocupadas, m ² construidos
Específicos	Kg de sábanas lavadas, comidas servidas, m ² de jardín

Anteriormente ya se ha comentado que no existe un conjunto de indicadores ambientales para el sector hotelero aceptado comúnmente. Sin embargo, existen indicadores ambientales de comunicación obligada derivados de la legislación. La legislación ambiental está constituida por muchas normas de diferentes ámbitos territoriales que van desde el internacional hasta el local, y está estructurada sectorialmente en varias temáticas ambientales que van desde la gestión de los residuos y la contaminación atmosférica hasta la protección de un espacio natural o de la costa. En el caso de un hotel, sea cual sea su tamaño, existen determinados parámetros que deben comunicarse a la administración correspondiente (véase la Tabla 10.2).

Tabla 10.2: Parámetros comunicables a la administración

Ámbito	Normativa aplicable	Parámetro a comunicar
Contaminación atmosférica	Decreto 833/1975, de 6 de febrero por el que se desarrolla la Ley 38/1972, de 22 diciembre de Protección del Ambiente Atmosférico	Concentraciones de emisiones de las calderas: <ul style="list-style-type: none"> • Opacidad (índ. esc. Bach.) • SO₂ (mg/Nm³) • CO (ppm) • NO_x (ppm)

Tabla 10.2: Parámetros comunicables a la administración (cont.)

Ámbito	Normativa aplicable	Parámetro a comunicar
Carga contaminante de las aguas residuales	Ordenanzas municipales	Concentración de aguas residuales: <ul style="list-style-type: none"> • pH (unidades pH) • Sólidos en suspensión (mg/l) • DBO₅ (mg/l) • DQO (mg/l) • Conductividad (µS/cm) • Detergentes (mg/l) • Cloruros (mg/l) • Nitrógeno total (mg/l) • Fósforo total (mg/l) • Aceites y grasas (ppm)
Residuos tóxicos y peligrosos	Real Decreto 833/1998, de 20 de julio, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 20/1986, Básica de Residuos Tóxicos y Peligrosos	P.e.: cantidades anuales de fluorescentes estropeados, pilas usadas, envases con restos de sustancias tóxicas y peligrosas
Ruido	Ordenanzas municipales	Nivel de ruido admitido (dB A)

10.3 Implantación del instrumento

10.3.1 Situación actual

Es difícil evaluar la utilización de indicadores ambientales por parte de los hoteles españoles por la poca información disponible. Hay algunos hoteles que utilizan los indicadores ambientales como herramienta interna de gestión ambiental. A nivel de cadenas hoteleras, destaca RIU Hotels que desde el año 1996 dispone de un diagnóstico de la situación ambiental de cada uno de sus hoteles a través de unas fichas medioambientales (Rullan 2000). Las fichas se elaboran en base a una checklist de medio ambiente que consta de once apartados: aguas residuales, basuras, agua, electricidad, gestión empresarial (otros), ruidos, zonas verdes, arquitectura y materiales, información y ofertas, ubicación, agua de mar, playa y piscinas. En función de un baremo para

cuantificar las respuestas contenidas en cada apartado se obtiene un índice comprendido entre 0 y 4 que indica la situación ambiental del hotel.

La empresa de consultoría Randa Group llevó a cabo el proyecto "Desarrollo de un sistema de indicadores de ecoeficiencia hotelera", subvencionado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología mediante el Programa Nacional de Medio Ambiente del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2000/2003 (Ayuso y Montcada 2002). El objetivo del proyecto, en el que participó la autora de la tesis, era desarrollar un sistema de indicadores de ecoeficiencia específico para grupos de hoteles (cadenas o asociaciones) en forma de una herramienta informática en tecnología internet. Para adaptar el producto informático a las necesidades específicas del sector hotelero, se contó con la colaboración del Grupo Sol Meliá como usuario piloto. Sin embargo, el producto informático creado no ha sido adquirido por ningún grupo hotelero hasta el momento. En la actualidad, Randa Group está desarrollando un sistema de indicadores hoteleros de medio ambiente, salud laboral y sanidad e higiene para un proyecto coordinado por el Instituto de Innovación Empresarial de las Islas Baleares.

En comparación con empresas del sector industrial español, las empresas de hostelería han utilizado muy poco la herramienta ambiental de la comunicación externa hasta el momento (Fundación Entorno 2001a). Mientras algunas cadenas hoteleras extranjeras, como por ejemplo, Six Continents Hotels y Radisson SAS, han publicado capítulos dedicados a la información ambiental en sus memorias anuales o editado informes de contenido exclusivamente ambiental, en España es muy raro encontrar empresas hoteleras que elaboren informes ambientales aparte de las Declaraciones Ambientales.

Como se ha visto anteriormente, el Reglamento EMAS exige la elaboración periódica de una Declaración Ambiental, que debe incluir "un resumen de la información disponible sobre el comportamiento de la organización". Para evaluar la evolución de este comportamiento ambiental en el tiempo, el Reglamento EMAS recoge la posibilidad de utilizar indicadores ambientales sobre las emisiones de contaminantes, la generación de residuos, el consumo de materias primas, energía y agua, el ruido y otros aspectos ambientales significantes (véase el listado de hoteles que han implantado un Sistema de Gestión Ambiental en el Anexo III). Asimismo, las empresas que quieran obtener la etiqueta de calidad Doñana 21 (véase el Capítulo 8) deben establecer unos indicadores ambientales para demostrar una mejora continua del comportamiento ambiental (Fundación Doñana 21 2003). La Tabla 10.3 muestra los aspectos ambientales considerados y los indicadores más comunes utilizados en las Declaraciones Ambientales de los hoteles españoles que tienen implantado un SGA según EMAS. Por norma general, los datos publicados se refieren al año o a la temporada de apertura.

Tabla 10.3: Indicadores ambientales utilizados en Declaraciones Medioambientales

Categorías	Aspectos ambientales	Indicadores
Emisiones hacia la atmósfera	Emisiones de las calderas	<ul style="list-style-type: none"> • Contenido CO₂ (%) • Concentración CO (ppm) • Contenido O₂ (%) • Opacidad (índice opacimétrico esc. Bach.) • Concentración SO₂ (mg/Nm³) • Concentración NO_x (ppm NO₂)
Consumo de energía	Consumo de electricidad, gas natural, gas propano, gasoil, combustible vehículos	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad consumida en total (kWh, m³, l o kg) • Cantidad consumida por cliente y día (kWh, m³, l o kg/estancia)
Consumo de agua	Consumo de agua	<ul style="list-style-type: none"> • Volumen consumido en total (m³) • Volumen consumido por cliente y día (l/estancia, m³/estancia)
Vertido de agua	Aguas vertidas al alcantarillado	<ul style="list-style-type: none"> • Aguas residuales generadas (m³) • pH (unidades pH) • Conductividad (μS/cm) • Sólidos en suspensión (mg/l) • Detergentes (mg/l) • DQO (mg O₂/l) • DBO (mg O₂/l) • Aceites y grasas (ppm) • Número de toallas cambiadas (nº/estancia) etc.
Residuos	Residuos banales, papel y cartón, vidrio, envases con el punto verde, aceite vegetal usado, materia orgánica, pilas, fluorescentes, tóners, cartuchos de tinta, medicamentos caducados, envases con restos de sustancias peligrosas, residuos de construcción etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad o volumen producida (kg, l unidades m³ o nº contenedores) • Cantidad o volumen producida por cliente y día (kg, l unidades m³ o nº contenedores/estancia)
Consumo de productos y sustancias	Consumo de papel, de detergentes, de desinfectantes, de productos de limpieza, de pinturas, barnices y esmaltes, de pesticidas etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad consumida (unidades, kg ó l) • Cantidad consumida por cliente y día (unidades, kg ó l/estancia)
Ruido	Ruido interior, ruido exterior	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de ruido (dB A) diurno y nocturno

10.3.2 Motivaciones

En general, las empresas hoteleras están poco acostumbradas a llevar una contabilidad ambiental. Las entrevistas demostraron que los indicadores ambientales son empleados principalmente por hoteles que tienen implantado un SGA de acuerdo con las normas ISO 14001 o EMAS. Aparte de los requerimientos del Reglamento EMAS de utilizar indicadores en la Declaración Ambiental, los indicadores son considerados unas herramientas adecuadas para la **demostración pública del compromiso ambiental** de la empresa. En este sentido, los indicadores sirven para comunicar en qué medida se está alcanzado el proceso de mejora continua del comportamiento ambiental del hotel:

“nuestro compromiso precisamente está en evaluar de manera sistemática, objetiva y periódica los avances en materia de medio ambiente en cada uno de los hoteles, de forma que sean comparables unos con otros. Porque esto también es nuestro valor, o sea, si podemos comparar un hotel con otro podemos saber por qué un hotel se desarrolla más en un sentido que en otro y no tenemos necesidad de ir a la competencia si no que lo podemos ver dentro de nuestros propios hoteles. Y lo que está claro es que lo que no se estandariza y lo que no se objetiva...objetiviza después difícilmente se puede evaluar si avanza o no avanza.” (Hotel 13, 264)

Mas allá de su uso dentro de los SGA, algunos hoteleros manifiestan la utilidad de los indicadores como instrumento para la **mejora de la gestión interna**. Los indicadores pueden ayudar a diagnosticar, mejorar y controlar la situación ambiental de la empresa:

“al implantar un Sistema de Gestión Ambiental no ves sólo la parte de reciclaje, o la parte de contaminación atmosférica, sino que ves la gestión de la empresa, la gestión medioambiental de todo el hotel, entonces pues te facilitan muchísimo el trabajo, porque vas tomando decisiones de acuerdo con los indicadores que vas obteniendo, los resultados de consumos, de una serie de aspectos que te hacen ver o te hacen preguntar hacia dónde queremos ir” (Hotel 11, 22)

En algunos casos, la motivación de trabajar con indicadores ambientales responde a las **presiones por parte de los tour operadores**. Este es el caso de la cadena RIU Hotels que inició su diagnóstico de situación medioambiental por la presión del tour operador alemán TUI, copropietario de la cadena. TUI pide en su lista de chequeo medioambiental a los hoteles, clubs y apartamentos contratados los siguientes indicadores ambientales: consumo de agua, consumo de diferentes tipos de energía (electricidad, gasóleo, gas) y producción de residuos por cliente y día (TUI 2003) (véase el Capítulo 7).

10.3.3 Factores de éxito y fracaso

Los factores que explican la poca aplicación práctica de los indicadores ambientales están relacionados con el suministro de información precisa, el *know how* sobre recopilación de datos y el conocimiento por parte de los hoteles.

- **Suministro de información precisa**

Un posible factor de éxito de los indicadores ambientales es el tipo de información que ofrecen. Un conjunto de indicadores adecuadamente seleccionados ofrece una valoración exacta del comportamiento ambiental del establecimiento que permite

efectuar comparaciones con los valores internos a lo largo del tiempo, pero también con los valores marcados por la legislación o los valores de otros establecimientos del sector. Un buen ejemplo ilustrativo es la Ecoetiqueta Nórdica, la única ecoetiqueta que requiere límites cuantificados de determinados aspectos ambientales (véase el Capítulo 8).¹⁰ Esta etiqueta establece cuatro valores límite de los cuales los hoteles deben cumplir al menos dos para conseguir la ecoetiqueta, y en este sentido define el nivel de comportamiento ambiental "aceptable" para un hotel (véase la Tabla 10.4).

Tabla 10.4: Valores límite para obtener la Ecoetiqueta Nórdica (Nordic Ecolabelling 2002)

Consumo de energía por alojamientos*	
Máx. 280 kWh/m ²	<ul style="list-style-type: none"> Facturación del restaurante superior al 45% de la facturación total de restaurante y alojamiento; o Ocupación superior al 60%
Máx. 250 kWh/m ²	<ul style="list-style-type: none"> Facturación del restaurante entre 15 y 45% de la facturación total de restaurante y alojamiento; o Ocupación entre 40 y 60%; o Establecimiento dispone de piscina
Máx. 235 kWh/m ²	Otros establecimientos
Consumo de agua por alojamientos	
Máx. 300 litros/estancia	<ul style="list-style-type: none"> Facturación del restaurante superior al 45% de la facturación total de restaurante y alojamiento; o Ocupación superior al 60%
Máx. 250 litros/estancia	<ul style="list-style-type: none"> Facturación del restaurante entre 15 y 45% de la facturación total de restaurante y alojamiento; o Ocupación entre 40 y 60%; o Establecimiento dispone de piscina
Máx. 200 litros/estancia	Otros establecimientos
Lavandería, limpieza y productos químicos**	
Máx. 35 g /estancia	<ul style="list-style-type: none"> Facturación del restaurante superior al 45% de la facturación total de restaurante y alojamiento; o Ocupación superior al 60%
Máx. 30 g /estancia	<ul style="list-style-type: none"> Facturación del restaurante entre 15 y 45% de la facturación total de restaurante y alojamiento; o Ocupación entre 40 y 60%; o Establecimiento dispone de piscina
Máx. 25 g /estancia	Otros establecimientos

¹⁰ La "Ecoetiqueta nórdica" (Nordic Ecolabelling) para hoteles es una iniciativa supranacional de los países nórdicos y es aplicable en cinco países: Suecia, Finlandia, Noruega, Islandia y Dinamarca.

Tabla 10.4: Valores límite para obtener la Ecoetiqueta Nórdica (Nordic Ecolabelling 2002)
(cont.)

Gestión de residuos	
Máx. 1,5 kg no separados selectivamente/estancia	<ul style="list-style-type: none"> Facturación del restaurante superior al 45% de la facturación total de restaurante y alojamiento; o Ocupación superior al 60%
Máx. 1 kg no separados selectivamente/estancia	<ul style="list-style-type: none"> Facturación del restaurante entre 15 y 45% de la facturación total de restaurante y alojamiento; o Ocupación entre 40 y 60%; o Establecimiento dispone de piscina
Máx. 0,5 kg no separados selectivamente/estancia	Otros establecimientos

* se refiere al consumo total de energía (calefacción, electricidad, etc.), los valores límite dependen de la localidad geográfica y de las condiciones climáticas (los valores de la tabla toman Copenhague como referencia)

** se refiere a todo tipo de productos químicos para limpieza y lavavajillas (no de lavandería), medidos como sustancias activas

- Know how sobre recopilación de datos**

Uno de los principales problemas observados a la hora de desarrollar indicadores es la disponibilidad incompleta de la información requerida y las dificultades en el proceso de recopilación de datos:

“El problema con el mundo turístico es que no hay manera de conseguir datos, es complicadísimo conseguir datos reales y fehacientes, es un palo, te pegas meses y meses y no consigues nada, consigues sí unos datos pero no puedes hacer números con ellos” (Administración 1, 36)

Algunos datos relevantes suelen estar bien contabilizados en facturas, como por ejemplo los consumos de energía y agua. Sin embargo, a veces la contabilidad del hotel solamente contempla los costes asociados a las operaciones del hotel y no las cantidades físicas requeridas (kilogramos, toneladas, unidades, etc.), como suele ser el caso en las compras de productos y material. En otras ocasiones los datos necesarios no se miden o contabilizan y hay que recurrir a estimaciones, como por ejemplo en el caso de las cantidades de residuos recogidos. En definitiva, el escaso control cuantitativo de las entradas y salidas de materia y energía en el hotel dificulta la obtención de indicadores ambientales. Además, para una compañía de servicios tan compleja como un hotel es difícil encontrar un conjunto reducido de indicadores ambientales que expresen correctamente el impacto ambiental (ADEME et al. 2001).

- Conocimiento por parte de los hoteles**

Aunque el hotel sea capaz de definir sus propios indicadores, suele encontrar dificultades para encontrar datos de referencia del sector para poder evaluar los datos ambientales de su hotel:

“Por ejemplo datos como cuando uno habla del consumo de agua del 0.300 m³ por estancia, pues ese es un dato que veces, si no comparas con tipos de datos muy reales pues te puede parecer mucho o te puede parecer poco. [...] Entonces ahí sí que es importante el tener puntos de referencia porque, como todo, si uno sabe donde está pero no sabe a donde tiene que ir, es más difícil que tenga claro qué tiene que hacer para llegar a tal sitio.” (Hotel 13, 401-407)

Debido en parte a las dificultades mencionadas anteriormente, se han realizado muy pocos estudios comparativos del comportamiento ambiental del sector hotelero (ADEME et al. 2001, de Burgos-Jiménez et al. 2002). Los pocos datos de referencia publicados, como por ejemplo los de la cadena Inter Continental Hotels and Resorts, poseen una validez limitada, ya que muestran grandes variaciones (IHEI 1996) (véase la Tabla 10.5). Estas variaciones se deben a varias causas, entre ellas las metodologías utilizadas para obtener los datos y las características de los establecimientos usados como referencia (condiciones climáticas, facilidades, tipo de turismo, nivel de ocupación, tamaño, etc.).

Tabla 10.5: Consumos de energía y agua según la IHEI (IHEI 1996)

Hoteles grandes (más de 150 habitaciones)*	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
Electricidad (kWh/m ² – año)	< 165	165-200	200-250	> 250
Fuel, gas, vapor (kWh/m ² – año)	< 200	200-240	240-300	> 300
Total (kWh/m ² – año)	< 365	365-440	440-550	> 550
Agua (l/huésped – noche)	< 600	600-770	770-880	> 880
Hoteles medianos (50-150 habitaciones)**	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
Electricidad (kWh/m ² – año)	< 70	70-90	90-120	> 120
Fuel, gas, vapor (kWh/m ² – año)	< 190	190-230	230-260	> 260
Total (kWh/m ² – año)	< 260	260-320	320-380	> 380
Agua (l/huésped – noche)	< 440	440-500	500-600	> 600
Hoteles pequeños (4-50 habitaciones)**	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
Electricidad (kWh/m ² – año)	< 60	60-80	80-100	> 100
Fuel, gas, vapor (kWh/m ² – año)	< 180	180-210	210-240	> 240
Total (kWh/m ² – año)	< 240	240-290	290-340	> 340
Agua (l/huésped – noche)	< 330	330-380	380-440	> 440

* Con aire acondicionado, lavandería y piscina cubierta

** Sin lavandería ni piscina cubierta, pero con aire acondicionado y calefacción

Debido a la heterogeneidad de las instalaciones hoteleras, los indicadores ambientales deberían ser normalizados para permitir la comparabilidad entre ellos. En el proyecto

"Desarrollo de un sistema de indicadores de ecoeficiencia hotelera" de Randa Group se realizó un estudio empírico en 60 hoteles de la cadena Sol Meliá de diferente tipología y distribuidos por todo el territorio español, para recoger datos reales y establecer la relación entre las diferentes características hoteleras y los valores de los indicadores. Se evaluaron los resultados de las 25 encuestas devueltas por los hoteles y se complementaron con visitas personales a 8 hoteles. El Cuadro 10.1 muestra los principales factores que resultaron tener influencia sobre el valor de los indicadores ambientales (Ayuso y Montcada 2002).

Cuadro 10.1: Parámetros de normalización para hoteles (Ayuso y Montcada 2002)

- Número de empleados
- Facturación anual
- Situación geográfica
- Implantación de un Sistema de Gestión Ambiental (EMAS/ ISO 14001)
- Tipología del establecimiento: zona urbana, interior, costera, montaña;
- Categoría: nº estrellas
- Número de habitaciones
- Servicios ofrecidos por el establecimiento: piscina, lavandería, restaurante, servicio de conferencias/banquetes, zonas verdes

10.4 Evaluación del instrumento

10.4.1 Costes y beneficios del instrumento

La obtención de la información necesaria para los indicadores ambientales puede llevar tiempo y ser costosa a nivel de recursos humanos. Los beneficios que obtiene la empresa son similares a los beneficios relacionados con otros instrumentos voluntarios ambientales: el ahorro de costes a medio o largo plazo, la mejora de la imagen de la empresa, la mejora de las relaciones con la administración ambiental y el aumento de la motivación del personal.

- **Ahorro de costes a medio/largo plazo**

Tanto las comparaciones internas a lo largo del tiempo como las comparaciones entre distintos establecimientos hoteleros pueden poner de manifiesto potenciales de mejora ambiental que con frecuencia llevan al ahorro de costes a medio/largo plazo. De momento no hay un foro de *benchmarking* abierto a todos los hoteles españoles, y las comparaciones de indicadores ambientales solamente se hacen en el ámbito interno de las empresas. Algunos de los hoteles entrevistados reconocen el beneficios de la evaluación comparativa mediante los indicadores ambientales:

“por ejemplo, nosotros tenemos los indicadores de consumos de productos de piscina y de productos de limpieza, pues sacamos una media por estancia, y luego esto lo extrapolamos a los otros hoteles, hacemos un comparativo, a ver qué se está consumiendo en este hotel y en este otros, y dices, a ver, si tú tienes tantos litros de agua, por qué estás consumiendo más o menos pH, o menos cloro, y con los productos de limpieza también, y llevas un seguimiento más estricto del consumo, y las gobernantas por ejemplo con las camareras, les pueden decir, ‘es que tú para limpiar una habitación estás gastando el doble que la otra, entonces vamos a optimizar más los consumos, no porque pongas más producto limpias mejor’” (Hotel 11, 31)

- **Mejora de la imagen de la empresa**

Los indicadores proporcionan datos esenciales para informes y declaraciones ambientales, que permiten una comunicación fiable del comportamiento ambiental que puede ayudar a una mejora de la imagen de la empresa en general. Se ha observado que muchos hoteles utilizan este mecanismo para ganar la confianza de las partes interesadas que soliciten información ambiental como, por ejemplo, los clientes:

“nosotros tenemos previsto hacer gráficas de consumos trimestrales para dejárselas, darles la información a los clientes, y decirles este año hemos ahorrado tanto de consumo de electricidad, por ejemplo, o hemos gastado tanto, o no hemos cumplido con el objetivo, para involucrarlos más también, sabemos que es difícil” (Hotel 11, 65)

Además, si los indicadores están verificados (por ejemplo por un auditor independiente) pueden representar una información exacta y fiable para informar a las instituciones y **mejorar las relaciones con la administración ambiental**. Frente a los empleados, el seguimiento interno realizado a través de un conjunto de indicadores ambientales correcto puede servir para **aumentar la motivación del personal**. Los indicadores pueden ayudar a medir periódicamente los beneficios asociados con la optimización ambiental de los procesos y a transmitir los resultados a todos los empleados, con la finalidad de incrementar la concienciación y el diálogo sobre las políticas ambientales de la empresa.

10.4.2 Eficacia y eficiencia del instrumento

Los indicadores ambientales sirven para evaluar y comunicar el comportamiento ambiental de la empresa, y en este sentido son un complemento ideal para medir la eficacia de las buenas prácticas ambientales o de un SGA. En principio, la norma ISO 14031 podría utilizarse como base del nacimiento de un SGA sencillo, donde lo más importante, el comportamiento ambiental, es controlado por un conjunto de indicadores que miden, gestionan y comunican de manera eficiente los aspectos ambientales más relevantes del sector (Løkkegaard 2000).

Casi todos los hoteles disponen de información cuantificada de algunos de los aspectos ambientales, en especial de los consumos de energía y agua y de la cantidad generada de residuos. Sin embargo, en la actualidad el principal *handicap* es la falta de un conjunto de indicadores ambientales aceptado comúnmente para el sector hotelero. Para permitir la comparación del comportamiento ambiental entre varias empresas,

hacen falta unos indicadores ambientales consensuados, tanto en lo que respecta a su definición como en la manera de recoger los datos correspondientes.

10.5 Conclusiones

Los indicadores ambientales permiten evaluar y comunicar el comportamiento ambiental de la empresa. Aunque existen varias propuestas internacionales de indicadores, todavía no existe un conjunto de indicadores consensuado para el sector hotelero. Esto no quiere decir que en la práctica no haya hoteles que controlen indicadores ambientales, ya sea requeridos por la legislación ambiental o para complementar a otros instrumentos como las buenas prácticas o los SGA.

Las principales motivaciones manifestadas por los empresarios hoteleros para utilizar indicadores ambientales son la demostración pública del compromiso ambiental de la empresa, la posibilidad de la mejora de la gestión interna y las presiones por parte de los tour operadores. Los factores que explican la poca aplicación práctica de este instrumento están relacionados con el suministro de información precisa, el know how sobre recopilación de datos y el conocimiento por parte de los hoteles. Los beneficios percibidos por las empresas que utilizan indicadores ambientales son similares a los beneficios derivados de otros instrumentos voluntarios ambientales: el ahorro de costes a medio o largo plazo, la mejora de la imagen de la empresa, la mejora de las relaciones con la administración ambiental y el aumento de la motivación del personal. Los indicadores ambientales son una herramienta útil para evaluar y comunicar el comportamiento ambiental de los hoteles, a pesar de las dificultades relacionadas con la recopilación de los datos necesarios.

