



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO  
UNIDAD ACADÉMICA COZUMEL  
DIVISIÓN DE DESARROLLO SUSTENTABLE  
MAESTRÍA EN GESTIÓN SUSTENTABLE DEL TURISMO

---

---

HOTELES DE MÉXICO Y COSTA RICA:  
FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ADOPCIÓN DE UNA  
ECOETIQUETA

TESIS

Que para obtener el grado de  
Maestra en Gestión Sustentable del Turismo

Presenta:  
LSC. María de Lourdes Moo Canul

Dr. Luis Carlos Santander Botello. Universidad de Quintana Roo  
Director de tesis  
MC. Claudia Inés Martínez. Universidad del Caribe  
Dr. Oscar Frausto Martínez. Universidad de Quintana Roo  
Dr. Alfonso González Damián. Universidad de Quintana Roo  
Dr. Alejandro Palafox Muñoz. Universidad de Quintana Roo  
Asesores de tesis

Cozumel, noviembre de 2014

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## Agradecimientos

Dedico esta tesis principalmente a mi familia hermosa que tengo la bendición de tener; Christian gracias por apoyarme en cualquier locura que he decidido emprender, has estado conmigo siempre que te he necesitado, siempre confiaste en mi, aunque me desvelara por dejar todo al final (Se vive mejor con adrenalina amor). Regina, has estado conmigo literalmente desde el comienzo de la maestría y tuve la bendición de que me acompañes en todo el proceso, ojalá que las clases de Metodología no hayan menguado tus ganas de estudiar. Esta etapa y este éxito te lo dedico a ti corazón.

Papá y mamá (Crisanto y Gregoria) ustedes son mi base, por ustedes soy como soy, gracias a su amor y apoyo incondicional he logrado concluir satisfactoriamente esta etapa académica. A mis súper hermanas: Angy, Blanquis, Susy, Betuxca y Alma siempre han estado ahí conmigo para todo, siempre presentes en los mejores eventos, las quiero.

A Caro, Irais, Jacky, Mona y Arturs, por hacer que las clases sean de lo más divertidas y que siempre estuvieron y están presentes cuando hemos tenido que sacar nuestras frustraciones por dejar todo a última hora; gracias. Gracias Rosy, Mare y Alondris, su presencia me ha acompañado durante estos largos años de amistad que nos une y me han dado palabras de cariño y afecto durante esta etapa.

Agradezco a mis profesores y mentores por su orientación y conocimientos compartidos. Dr. Luis Santander quiero agradecerle porque simplemente confió en mí desde un inicio. Dr. Alvarado, gracias por ayudarme cuando lo necesité, su puerta siempre estuvo abierta en mis momentos de catarsis.

Gracias a CONACYT por confiar en la educación de los jóvenes, y sobre todo en la investigación científica que día a día se enriquece gracias a su apoyo. UQROO muchas gracias

*Lulú*

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

*Con el corazón para Regis y Chris*

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## Índice

Introducción .....	7
1. Resumen.....	7
1. Planteamiento del problema.....	8
2. Justificación .....	9
3. Objetivos del estudio .....	10
Capítulo I. Marco conceptual .....	12
1.1 Turismo y Sustentabilidad .....	12
1.2 Ecoetiquetas Turísticas.....	17
1.2.1 Orígenes y concepto .....	17
1.2.2 Categorización de las Ecoetiquetas .....	19
1.3 Estrategias ambientales .....	21
1.4 Conclusiones del marco conceptual .....	25
Capítulo II. Metodología de la investigación .....	27
2.1 Primera fase: Investigación documental .....	27
2.2 Segunda fase: Diseño del instrumento de recolección de datos .....	35
2.2.1 Instrumento dirigido a gestores de hoteles en México .....	35
2.2.2 Instrumento dirigido a gestores de hoteles extranjeros.....	37
2.3 Tercera fase: Recolección de datos .....	38
2.3.1 Prueba piloto.....	38
2.3.2 Participantes, material y procedimiento .....	38
2.4 Procesamiento de datos.....	40
2.4.1 Análisis factorial .....	40
2.4.2 Condiciones de aplicabilidad.....	40
Capítulo III. Análisis y discusión de los resultados .....	45
3.1. Ajuste global.....	45
3.2 Interpretación de los factores.....	47
3.3 Análisis clúster.....	49
3.3.1 Condiciones de aplicabilidad.....	49
3.3.2 Estimación del modelo y ajuste global .....	49
3.3.3 Validación del modelo .....	52

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

3.3.4 Análisis de los conglomerados .....	53
3. 4 Clasificación de los hoteles con alguna ecoetiqueta en función a las variables que determinan su adopción. ....	55
3.4.1 Presión Externa Media.....	57
3.4.2 Presión Externa Baja.....	57
3.4.3 Presión Externa Alta .....	57
3.5 Contrastación de hipótesis .....	59
3.6 Conclusiones del análisis y discusión de los resultados .....	61
Conclusiones.....	64
Limitaciones del estudio .....	66
Líneas futuras de investigación .....	67
Referencias.....	69
Anexos.....	80
Anexo 1: Lista de hoteles encuestados .....	80
Anexo 2: Dendograma .....	83

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## Listado de tablas y gráficos

Tabla 1.1: Tratados y convenios en materia de sustentabilidad	14
Tabla 1.2: Clasificaciones de Estrategias ambientales de la empresa.	23
Tabla 2.1 Literatura científica pionera en el estudio de las Ecoetiquetas	28
Tabla 2.2 ítems de identificación hoteles de México	35
Tabla 2.3 ítems para determinar los factores para la adopción de una ecoetiqueta en hoteles	36
Tabla 2.4 ítems de identificación de hoteles extranjeros	37
Tabla 2.5 ítems para determinar los factores para la adopción de una ecoetiqueta en hoteles extranjeros	37
Tabla 2.6 Matriz de correlaciones	41
Tabla 2.7 Condiciones de aplicabilidad: Matriz de correlación anti imagen	42
Tabla 2.8 Condiciones de aplicabilidad: Test de esfericidad de Bartlett y medida KMO	43
Tabla 3.1 Criterio de porcentaje de varianza explicada: Extracción de Factores	45
Tabla 3.2 Interpretación de factores: Matriz de componentes rotados	47
Tabla 3.3: Medias de X1 a X6 en cada conglomerado	50
Tabla 3.4: Centroide jerárquico	51
Tabla 3.5: Centroide no jerárquico	51
Tabla 3.6: Diferencias de medias de cada variable en los tres conglomerados	52
Tabla 3.7. Validación del modelo: Nuevo análisis no jerárquico	53
Tabla 3.8 ANOVA	53
Tabla 3.9 Medias de conglomerados formados	54
Tabla 3.10 Descripción de conglomerados formados, considerando las medias del factor externo	55
Tabla 3.11 Descripción de conglomerados formados, considerando los porcentajes de hoteles analizados, el país y la ecoetiqueta	56
Gráfico 3.1 Gráfico de sedimentación: Extracción de factores	46

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## Introducción

### 1. Resumen

Este estudio, contiene una exhaustiva revisión documental de temas relacionados con las ecoetiquetas turísticas en la industria de la hospitalidad y examina las razones por las que los hoteles han elegido implementarlas. Las variables de estudio se pueden resumir de la siguiente manera:

Mejora de la imagen y reputación del hotel; Legitimación; Ahorro de costos; Valores y creencias de los gestores; Ventaja competitiva; Presión de los inversores; Presión de los consumidores; Presión de la competencia; Regulación/ Legislación.

El documento se encuentra dividido en cinco apartados: a) Introducción; b) Marco conceptual; c) Metodología de la investigación; d) Análisis y discusión de los resultados; y e) Conclusiones. Finalmente se presenta el listado de referencias consultadas. En la introducción se abordan los objetivos, el propósito del estudio y las limitaciones encontradas. En el Marco conceptual se expresan los orígenes y conceptos que respaldan la investigación; en la Metodología, se explica el diseño del instrumento y la aplicación en campo. En el Análisis y discusión se contrastan las hipótesis. Posteriormente, se presentan los resultados obtenidos con una breve reseña documental y finalmente las conclusiones y propuestas que emergen del trabajo de tesis realizado.

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## 1. Planteamiento del problema

A partir de los años 1980, las presiones del impacto producido en el medio ambiente, dieron lugar a leyes ambientales orientadas a mitigar el deterioro y la contaminación producidos a los ecosistemas, buscando obligar a las empresas a modificar sus esquemas de operación. Se pensó que al implementar sanciones que provocaban un costo para las empresas, éstas se verían obligadas a adoptar una conciencia/práctica pro-ambiental. Sin embargo la falta de aplicación rigurosa de la normatividad permitió graves alteraciones en el equilibrio ecológico (Martínez y Linares, 2012)

Coincidente con este proceso, en México y Costa Rica además de todo el mundo surgieron iniciativas ambientales, promovidas tanto por el sector privado como el público, para la adopción de mecanismos voluntarios en las empresas, como lo son los sistemas de gestión ambiental (SGA) y los sellos ambientales entre otros. Sin embargo, instrumentos como las ecoetiquetas han sido fuertemente criticados debido a su alto costo y su poca efectividad en la reducción de impactos en el ambiente (Ayuso, 2007).

Aunado a esto, el crecimiento de hoteles certificados cada vez va en aumento, la adopción de sellos ambientales es más común, aún cuando el costo es elevado. En la actualidad existen 435 Ecoetiquetas distribuidas en 197 países y en 25 sectores de la industria. Para el 2012, existían en México 64 hoteles con el sello de Calidad Ambiental Turística, a sólo dos años de haberse promovido este esquema por la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA, 2013), 15 hoteles con Green Globe (Green Globe, 2013) y seis con el sello de hotel Hidro Sustentable, que contemplaba para su segunda edición complejos turísticos del Caribe mexicano (Periódico Viaje, 2012). En la literatura, se ubican a los hoteles de cadena como aquellos que comúnmente adoptan un sello, sin embargo en México, existe un equilibrio tanto en hoteles de cadena como independientes, lo que marca un comportamiento diferente de acuerdo al contexto estudiado. En el caso de



## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Costa Rica, para el 2012, 226 hoteles se encontraban registrados con la ecoetiqueta Certificación de Turismo Sostenible (CST).

Extenso número de investigaciones empíricas, se enfocan a la oferta y a su comportamiento en función de la ecoetiqueta. Estudios recientes ponen atención a la oferta, tratando de entender los factores en la toma de decisiones ambientales; sin embargo dichos estudios se han realizado en países como España y Países Árabes, Japón, Reino Unido Canadá que, comparados con México y Costa Rica poseen un número mayor de ecoetiquetas turísticas y con más antigüedad (Bansal y Roth, 2000; Chan y Wong, 2006; El Dief y Font, 2010; El Dief y Font, 2011). En Bonilla, Nájera y Font (2011) se realiza un análisis de las motivaciones sobre la adopción de estrategias y objetivos ambientales, usando como sujetos de estudio a hoteles con Sistemas de Gestión Ambiental (SGA), investigación con distintos objetivos que el que persigue esta tesis. En México y Costa Rica aún no existen estudios que analicen a las ecoetiquetas turísticas como objeto de estudio desde las razones determinantes de su adopción.

### 2. Justificación

El sector turístico es muy amplio, e incluye un número extenso de productos y/servicios. Teniendo presente esto, el estudio se enfoca a las empresas turísticas, específicamente al subsector alojamiento turístico, y en particular a los hoteles. La razón por la cual se elige al sector hotelero, es debido a que estas empresas son las que en el país han implementado ecoetiquetas en mayor número que en otros (operadores turísticos, cadenas de abastecimiento, etc.). Son empresas “*genuinamente turísticas*” ya que sus servicios son para uso turístico y se encuentran físicamente en el destino turístico visitado; y debido a que es el lugar en donde el turista suele invertir mayor gasto y tiempo, resulta ser de importante consideración para entender la conducta de la demanda turística. (Ídem)

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

El principal objetivo de la tesis es contribuir al entendimiento de las variables por las cuales algunos hoteles de México y Costa Rica han decidido obtener una ecoetiqueta y por medio de un análisis de conglomerados clasificarlos en función a las variables encontradas. Con ello se revelan las determinantes del proceso de eco certificación hotelera en México y Costa Rica.

## 3. Objetivos del estudio

### General

Clasificar a los hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta turística, en función de los factores que determinaron su adopción.

### Específicos

Describir a las ecoetiquetas dentro del turismo.

Identificar las variables por las que los gestores adoptan estrategias medioambientales.

Determinar los factores para la obtención de una ecoetiqueta turística, en el caso de México y Costa Rica.

Agrupar a los hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta, en función de las variables incluidas en los factores determinantes para la obtención de una ecoetiqueta

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## CAPÍTULO I. MARCO CONCEPTUAL

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## Capítulo I. Marco conceptual

En las siguientes secciones se aborda el significado de turismo sustentable, estrategias ambientales, ecoetiquetas turísticas y factores determinantes.

### 1.1 Turismo y Sustentabilidad

El dinamismo del entorno social y político obliga a que los países busquen ser competitivos y así lograr un desarrollo económico, lo que los orilla a reinventarse. Esto ha proporcionado a su gente, mejor calidad de vida, en cuanto a recursos públicos, agua, salubridad, educación, entre otros beneficios (Pleumaron, 1999).

Sin embargo dentro del sistema capitalista, que en esencia busca la acumulación del capital por medio de la generación de ganancias; el tratar de alcanzar el crecimiento económico, ha creado impactos que han deteriorado los recursos naturales y en ocasiones, debido a la globalización, éstos no se resienten en un solo país o región, sino que se extiende más allá de las fronteras nacionales. (Ídem).

El modelo de desarrollo económico en el cual están inmersas las prácticas turísticas, es considerado como el principal causante de la degradación medioambiental, especialmente con la globalización. El turismo y las formas en las que se ha desarrollado, han sido determinantes para que la situación se haya vuelto crítica a partir de 1970 (Honey y Roma, 2001; Cardoso, 2009).

Muchos autores consideran que la actividad turística ha provocado un deterioro al medio ambiente y han propuesto que la solución es el camino hacia el turismo sustentable.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

El paradigma de la sustentabilidad ha generado diversidad de opiniones tanto a favor como en contra, en la literatura se puede encontrar autores que la consideran una utopía y contradictoria con el modelo económico; sin embargo para efectos de esta investigación se tomarán en cuenta los avances que los organismos internacionales como la ONU, OMT, PNUMA entre otros, han reconocido, promovido y respaldado; dejando a un lado la discusión suscitada por esta temática. La relevancia de la perspectiva oficial internacional radica en el hecho de que es una locomotora y guía que orienta (y obliga) a las políticas, estrategias, acciones y destino de recursos financieros de los gobiernos nacionales y de instituciones privadas y de carácter social.

Incorporando las bases del paradigma de la sustentabilidad en 1972, la publicación *The Limits to Growth*, alerta sobre los consumos desmedidos y la explotación de los recursos y cuestiona si estos serían suficientes para las futuras generaciones, interrogante que hoy en día se mantiene vigente (Meadows, Randers y Meadows, 1972). A raíz de esto surgen iniciativas y tratados, con el fin de dar solución a esta problemática (Tabla 1.1).

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

Tabla 1.1: Tratados y convenios en materia de sustentabilidad

Tratados y convenios en materia de sustentabilidad	Año	Puntos básicos sobre sustentabilidad
Informe del Club de Roma. <i>The Limits to Growth</i> .	1972	Se cuestiona la capacidad del planeta Tierra para satisfacer las necesidades de una población que va en crecimiento. Se plantea que si el ser humano mantiene sus hábitos de consumo se llegará al límite de los recursos y en consecuencia se necesitan tomar medidas para contrarrestar el agotamiento de estos. (Meadows, et al , 1972)
1ª Conferencia de la ONU sobre Medio Ambiente y Desarrollo Humano	1972	Celebrada en Estocolmo, Suecia y en la cual se hizo una revisión del concepto de desarrollo en sus tres dimensiones: ambiental, social y económica, enfocándose más a esta última. Como resultado del análisis de los daños provocados a consecuencia de los impactos de éste en la naturaleza, se crea el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). (Cardoso, 2009)
Estrategia Mundial para la Conservación.	1980	Elaborada por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN). De acuerdo a Pérez (2004) incorpora el término sustentabilidad dentro del panorama internacional.
Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo	1987	La Organización de las Naciones Unidas (ONU) crea dicha Comisión presidida por la ex Primera Ministra de Noruega (1981) Gro Harlem Brundtland. Surge el informe <i>Nuestro Futuro Común</i> en el cual se define desarrollo sustentable” por vez primera. “ <i>es aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades</i> ” (Brundtland, 1987)
Cumbre Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo (CNUMAD)	1992	Realizada en Río de Janeiro, mejor conocida como la Cumbre de la Tierra y entre cuyos logros es que el concepto de desarrollo sustentable empieza a ser más popular. Surge un programa metodológico para el desarrollo sustentable más conocido como Agenda 21, en donde se crea la Comisión de Desarrollo Sustentable (CDS) para velar que ésta se cumpla. (Pérez, 2004)
Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas	2000	Se firma la declaración del Milenio, aprobada por 189 países y firmada por 147 jefes de estado y de gobierno. Se establecen los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que se intentan alcanzar para el 2015. (ONU, 2012)
Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sustentable	2002	Efectuada en Sudáfrica, Johannesburgo. Se define que los tres pilares de la sustentabilidad son: económico, social y medio ambiental. Surge el Plan para la Implementación de Agenda 21. (Ídem)

Fuente: (Elaborado en base a Meadows, 1972; Brundtland, 1987; Pérez, 2004; Cardoso, 2009; y ONU, 2012)

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## Turismo Sustentable

Los tres elementos que no pueden ser disociados de la sustentabilidad son el económico, social y ambiental, por lo tanto al buscar definir el turismo sustentable deben de ser considerados.

El cambio climático y las repercusiones que el turismo ha tenido sobre el medio ambiente; específicamente el de masas; fueron algunos de los detonantes para que se hayan tomado cartas en el asunto sobre el cuidado del medio ambiente, por lo que surge el turismo sustentable, como una manera de “controlar” los efectos de éste. (Pérez, 2004)

Maurice Strong en la Cumbre de la Tierra de 1992 citado en Honey y Roma (2001: 15 y 16) declara: “Sin un medio ambiente limpio y saludable, los viajes y el turismo no podrá mantener su papel de líder mundial, los negocios no pueden prosperar y los destinos seguirán siendo abandonados. Para disfrutar del éxito, la industria necesita abrazar el concepto de desarrollo sustentable y hacerlo realidad en el próximo siglo”. (Traducción propia)

El turismo sustentable surge por fundamentos éticos, científicos, económicos y ecológicos. Cada vez hay mayor conciencia ambiental en el mundo. El prefijo “eco” y el adjetivo “sustentable” se destacan cada vez más y su aplicación va en aumento ya sea a productos y/o actividades, y el turismo no puede evitar formar parte de esto (Pérez, 2004). De igual manera, los grupos ambientalistas ejercen mayor presión frente al deterioro de los ecosistemas a consecuencia de la actividad turística.

El turismo sustentable puede ser aplicado a cualquier viaje, inclusive en el turismo de masas, e intenta reducir sus impactos ambientales y socioculturales adversos; por lo tanto aplica a hoteles, resorts, turismo rural comunitario, ecoturismo, cruceros, golf y marinas entre otros (OMT, 2012 citado en Bien, 2012)

La OMT (2012a) lo define como: *“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer*

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

*las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.*

Los listados de países, empresas y/ o productos “verdes” hacen su aparición en Reino Unido, en el año de 1989, esto y la Cumbre de Rio de 1992, hacen que tanto el sector público como el privado, se hayan interesado en la mejora de la calidad del entorno medioambiental y sociocultural turístico (Gómez y coautores, 2005 citados en Sancho, García y Rozo, 2007). En este contexto, se desarrollan algunos esquemas que verifican y dan certeza a las buenas prácticas, tales como las ecoetiquetas (Buckley, 2002a; Santander-Botello, 2003; Sancho *et al*, 2007).

El número creciente de textos académicos relacionados con el turismo, la gestión empresarial, el desarrollo sustentable y otras temáticas relacionadas; maneja definiciones como sinónimos del mismo término, como lo es turismo responsable, rural, ecológico y verde, lo cual no es correcto, ya que los objetivos que cada uno persigue son distintos como se enmarcan en artículos conceptuales (Frey y Richard, 2009).

Las ecoetiquetas turísticas han sido enmarcadas en distintos ámbitos, en un inicio dentro de turismo sustentable, estudios recientes la ubican dentro del turismo ético, responsable o ecoturismo, sin embargo aún sigue siendo un número mayor, los estudios que lo contextualizan dentro del turismo sustentable (Moo-Canul, Santander-Botello, 2014).



# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## 1.2 Ecoetiquetas Turísticas

### 1.2.1 Orígenes y concepto

Honey y Roma (2001) mencionan que el surgimiento de las certificaciones se da a finales de 1980 e inicios de 1990; como resultado de la presión social que se venía suscitando desde la década de los setentas con respecto al deterioro medioambiental. Con las certificaciones, las comunidades se aseguraban de alguna manera que el impacto sociocultural no fuera severo, los consumidores podrían reconocer a una empresa que estaba realizando buenas acciones en pro del ambiente, y las empresas dedicadas al turismo vieron una oportunidad de mercado, el incluir y adoptar prácticas sustentables, para el segmento de mercado de consumo “verde”, y de esta manera expandir su oferta.

Ibañez y Grolleau (2008) consideran que “ecoetiqueta” es un término confuso y mal definido, que puede abarcar diferentes significados. Por un lado, son etiquetas expedidas por organismos independientes y se muestran de forma voluntaria por el fabricante que se somete a inspección o que de alguna manera cumple con las organizaciones ambientales o las normas. Por el otro lado, las ecoetiquetas pueden ser auto declaraciones de las empresas sin la validación de un tercero que acredite prácticas ambientales y su alcance. Los autores señalan que en los trabajos académicos el término ecoetiqueta se utiliza con frecuencia, sin indicar claramente a los lectores la definición utilizada por el autor o autores.

En tenor al comentario anterior, y en el ámbito del turismo sustentable se definirán los términos norma, certificación, ecoetiqueta y acreditadora, con las diferenciaciones correspondientes, para identificar claramente su uso.

Una norma, debe de documentarse y establecer una serie de requisitos (Font y Bendell, 2002). Las normas turísticas, se encuentran en varias formas, y pueden consistir en normas simples, internas de la empresa, códigos de prácticas del sector, directrices, premios, programas de certificación, así como de manera general, acuerdos y

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

proclamaciones (Sallows y Font, 2004). El proceso de examinar y medir la conformidad del cumplimiento de requisitos establecidos, se puede hacer por medio de una autoevaluación, por la evaluación de otra parte como proveedores, o la evaluación de terceros (certificadoras) que pueden estar o no acreditados (ídem).

La certificación es el proceso de valoración por un tercero, en donde se ofrece una garantía por escrito de que el producto, proceso, servicio o gestión, se ajusta a los requisitos de la norma. Las ecoetiquetas son resultado de la certificación, y su objetivo es probar, mediante la evaluación de un tercero, que los requisitos establecidos se cumplen. Se establece una cuota para usar el logo, que avala su cumplimiento y que comunica a sus grupos de interés (accionistas, clientes, trabajadores, comunidad, organismos gubernamentales, etc.) sobre sus buenas prácticas (Synergy, 2000).

Honey y Roma (2001) definen un mayor alcance para la certificación considerándola como un procedimiento voluntario que evalúa, monitorea y asegura por escrito que un sistema de negocio, producto, proceso, servicio o gestión se ajusta a los requisitos específicos. Al cumplir con los requisitos mínimos requeridos por el programa de certificación, la empresa, producto, servicio o proceso se hace acreedor de un sello o logo comercial como distintivo (etiqueta). Amos Bien (2012) le agrega al logo la palabra “mercadeable”.

Ralf Buckley menciona: *“La certificación es un proceso formal en virtud del cual un cuerpo nominalmente independiente certifica a otras partes interesadas, como los turistas, agencias de marketing y reguladores de turismo conforme a una norma determinada. Para eco certificación esto es por supuesto una norma ambiental.”* (2002 b: 197)

De acuerdo a las definiciones anteriores, se define a la certificación como la evaluación por parte de un tercero, de un proceso, producto, servicio o gestión; en conformidad con los requisitos establecidos, por lo que la empresa se hace acreedora de un logo mercadeable, mejor conocido como ecoetiqueta.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

La acreditadora avala el cumplimiento de estándares mínimos por parte de las instancias certificadoras. El proceso de acreditación, busca responder a las preocupaciones de los consumidores y respalda que la ecoetiqueta otorgada por la certificadora cumple con los requisitos mínimos desde una perspectiva de sustentabilidad (Font y Bendell, 2002)

Por otra parte, una etiqueta describe el contenido de un producto o servicio, por lo que una ecoetiqueta es simplemente aquella cuyo contenido se refiere al medio ambiente, denotando el estado del medio ambiente natural y/ o social en un momento y lugar determinado, o de medidas de gestión en materia ambiental o rendimiento (buenas prácticas y resultados) (Buckley, 2002a).

El organismo o certificadora que otorga una ecoetiqueta, puede dirigirse a sectores muy diferentes, tales como los proveedores de productos turísticos (hoteles, aerolíneas, atracciones y destinos) o los canales de distribución de los mismos que pueden ser las agencias de viajes y tour operadores. (Font y Buckley, 2001)

### 1.2.2 Categorización de las Ecoetiquetas

La Organización Internacional de Normalización (ISO) fundada en 1947 en Ginebra, se encarga de la elaboración de estándares que aseguren que los productos y servicios sean seguros, confiables y de buena calidad (ISO, 2012). Entre sus diversos estándares se encuentra la serie ISO 14000 de normas ambientales, en la cual se encuentran la serie de normas que regulan el etiquetado ambiental, la 14020. La familia ISO 14020 cubre tres tipos de sistemas de etiquetado:

El tipo I, es una etiqueta de atributo multidesarrollado por un tercero. Incluye un procedimiento en donde un tercero avala que el producto, servicio, proceso o gestión cumple con los criterios establecidos por la norma en relación con el medio ambiente y los impactos en el mismo.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Tipo II es una etiqueta de atributo único desarrollado por el productor; son conocidas como auto declaraciones, en las cuales el fabricante menciona alguna acción medioambiental sobre la fabricación o transportación de su producto, como por ejemplo, “se recolectan con técnicas sustentables”

Tipo III es una etiqueta ecológica cuya concesión se basa en un ciclo de vida completo de evaluación, conocido como tarjetas informativas, en la cual se indaga sobre el producto en relación a sus efectos en el ambiente.

Al margen de las ISO 14020 la certificación del turismo se clasifica de tres maneras (Honey y Roma, 2001):

-Turismo de masas. Son los programas que abarcan a las empresas que manejan el turismo convencional o masivo. Establecen Sistemas de Gestión Ambiental (SGA), ISO 14001 y sus derivados, que explican los pasos a seguir para adquirir la certificación y el sello correspondiente. Estos esquemas se centran mayormente en la infraestructura, y aunque a veces manifiestan incluir al personal y a la comunidad, su perspectiva es limitada y por tanto no garantizan el turismo sustentable. Generalmente se aplican en grandes cadenas hoteleras y son los que comúnmente se usan en la industria.

-Turismo Sustentable. Este tipo de programa busca medir los problemas ambientales, la equidad sociocultural y económica tanto a nivel interno como externo (comunidad). Puede cubrir distintas áreas geográficas o sectores específicos de la industria (playas por ejemplo) y la creación de las normas se ajustan a esas características.

-Ecoturismo. Estos programas abarcan a las empresas que se autodenominan (en sus fuentes de comunicación, web, folletos, etc.) como involucradas con el ecoturismo; generalmente se usan en o cerca de áreas naturales. De igual manera que la certificación de turismo sustentable, ésta se centra en las características particulares de la empresa o sitios, sin embargo va más allá, en el sentido que evalúa la forma en que se relaciona y beneficia a la comunidad local y el ecosistema en el que opera.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

En la actualidad existen 435 Ecoetiquetas distribuidas en 197 países y en 25 sectores de la industria (Ecolabel Index, 2013)

Las empresas pueden obtener información sobre la calidad de las ecoetiquetas por medio de ISO y otras instituciones que brindan información relacionada a ellas como *US Federal Trade Commission, Consumer Reports Eco-labels, The Global Ecolabeling Network, Ecolabel Index, The UK Governments Green Claims Code*, entre los más importantes.

### 1.3 Estrategias ambientales

La creciente preocupación por el deterioro del medioambiente, ha generado a las empresas, específicamente a las del sector turístico; factores de presión, que obligan a las empresas turísticas a adoptar conductas respetuosas con su entorno. Cada vez son más investigadores que consideran que el medio ambiente debe de ser tomado en cuenta en las decisiones estratégicas de las firmas. A pesar de que las empresas del mismo giro comparten características similares, la importancia que otorgan a cuestiones medioambientales, puede variar de una a otra, así como también los factores determinantes de presión que influyen en las decisiones corporativas en materia ecológica.

Una empresa puede perder su posición competitiva tanto en el mercado nacional como internacional si no pone atención a las cuestiones ambientales, esto no sucede frecuentemente en la industria hotelera ya que las barreras comerciales no son tan marcadas en este giro además de que no es percibida como destructora del medioambiente en comparación con aquellas de giro industrial (Chan y Wong, 2006). Sin embargo Hutchinson (1996) las califica como “destructoras silenciosas del medio ambiente”. Adicionalmente en la última década se ha incrementado el mercado que busca servicios “verdes” que son amigables con el entorno natural.

Si bien existe un incremento del mercado “verde”, que orilla a la adopción de prácticas sustentables, la falta de conocimiento y habilidades, la falta de asesoría profesional en la

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

materia, la falta de recursos y la implementación de dichas prácticas, así como de su mantenimiento, aún siguen siendo barreras para su adopción en la industria hotelera (Chan, 2008). Aunado a esto la implementación de programas voluntarios provoca el aumento de precios en los servicios ofrecidos al turista (Rivera, 2002) ya que es considerada como costosa (Cohen, Fenn, Naimon, 1995).

Encaminarse a la adopción de conductas o instrumentos “verdes” se considera de costo excesivo, las organizaciones al utilizar tecnologías en sus innovaciones, que no impactan negativamente al medioambiente, pueden aumentar los costos en sus productos/servicios. Esto ha sido uno de los principales factores por los cuales las empresas deciden mantenerse estáticas, en cuanto a conductas a favor del medio ambiente, sin embargo, esta postura ha sido fuertemente criticada debido a que las organizaciones quieren conservar sus recursos naturales y reducir sus impactos, pero sin modificar sus patrones de conducta (Porter y Van Der Linde, 1995)

Existe variado número de clasificaciones de estrategias medioambientales:

Álvarez, De Burgos y Céspedes (1999) resumen en la tabla 1.2, las principales tipologías en materia de estrategias medioambientales. Con la tabla 1.2, se pueden considerar dos extremos de manera general, las que son proactivas o preventivas y reactivas o defensivas; las primeras son impulsadas internamente por la empresa y las segundas suceden a partir de las presiones exteriores a la organización.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

Tabla 1.2: Clasificaciones de Estrategias ambientales de la empresa.

<b>Autor (es)</b>	<b>Tipologías</b>	<b>Carácter</b>
Hunt y Auster (1990)	Principiante, luchador, ciudadano preocupado, pragmático, proactivo	Conceptual
Roome (1992)	No cumplimiento, cumplimiento, cumplimiento extendido, excelencia, liderazgo	Conceptual
Winsemius y Guntram (1992)	Reactivo, receptivo, constructivo, proactivo	Conceptual
Sandgrove (1993)	Penalizada, atrasada, conformista, líder	Conceptual
Aragón y Correa (1996)	Utiliza la propuesta de Roome (1992)	Aplicado
Schaefer y Harvey (1998)	Utiliza las tipologías de Hunt y Auster (1990) y las de Roome (1992) que refunde en otros 5 grupos o estados	Aplicado
Vastag et al (1996)	Reactivos, previsores de crisis, estratégicos, proactivos	Conceptual/ aplicado
Steger (1998)	Indiferencia, reactiva, ofensiva, proactiva	Conceptual/ aplicado
Henriques y Sadorsky (1999)	Reactiva, defensiva, acomodativa, proactiva	Conceptual/aplicado

Fuente: Adaptado de Álvarez, De Burgos y Céspedes (1999)

En el caso de las proactivas esperan recibir beneficios a largo plazo y previenen impactos naturales negativos, generalmente por motivos éticos de la organización misma (Roome, 1992). Perciben de manera diferente el papel de los grupos de interés al impulsar mejoras ambientales (Chamorro, 2004).

Aquellas que adoptan estrategias defensivas se limitan a cumplir con la normatividad y a realizar medidas correctivas a corto plazo; inclusive consideran la gestión medioambiental costosa (Roome, 1992).

Se habla de alcanzar la competitividad como empresa si se hace el correcto uso de las capacidades y recursos con las que cuenta (Porter y Van Der Linde, 1995). Estudios indican que la motivación para adoptar prácticas “verdes” está determinada por fuerzas que pueden ser impulsadas de manera interna y fuerzas externas (Chan y Wong, 2006).

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

### Beneficios

Estrategias preventivas conocidas también como proactivas, se han propuesto como una herramienta para que las organizaciones consideren la protección de su entorno natural (Aragón-Correa y Rubio-López, 2007). Las estrategias proactivas relacionadas con el medio ambiente presentan una influencia positiva y significativa en las capacidades de la empresa y en la obtención de beneficios organizacionales y rendimientos económicos (Sharma y Vredenburg, 1998; Álvarez, Burgos y Céspedes, 2001; Melnyk, Sroufe y Calantone, 2003; Carmona, Céspedes y De Burgos, 2004; Wagner, 2005; Link y Naveh, 2006; Montabon, Sroufe y Narasimhan, 2007). Sin embargo, existen casos en que las estrategias proactivas no han influido de manera positiva en ventajas competitivas y (Cordeiro y Sarkis, 1997, Christmann, 2000, González-Benito y González-Benito, 2005) significando un nulo incremento en las ventas (Menguc y Ozanne, 2005). Esto puede ser originado, debido a que las medidas de manejo medioambiental, comúnmente utilizadas en los hoteles, son las que requieren baja inversión.

Principalmente la gestión ambiental ha beneficiado económicamente a las organizaciones en la medida en que mejora del desempeño financiero, reduciendo costos de operación con inversiones reducidas o de rápida recuperación (Klassen y McLaughlin, 1996; Russo y Fouts, 1997; Álvarez, Burgos y Céspedes, 2001; Al-Tuwarijri, Christensen y Hughes, 2004).

Es importante puntualizar que los estudios empíricos aún no han logrado correlacionar la influencia entre la gestión medioambiental y el rendimiento económico (De Burgos, Lorente y Céspedes, 2001)

Considerando los beneficios que las empresas pueden obtener, propuestos por Chamorro (2004) y encontradas en la publicidad de las ecoetiquetas estudiadas en esta investigación, estos se pueden resumir en los siguientes: ventas positivas, imagen y reputación positiva, reducción de costos de operación, satisfacción y fidelidad del cliente.



# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## 1.4 Conclusiones del marco conceptual

El estudio de las ecoetiquetas data desde finales de los años ochenta, sin embargo casi dos décadas fueron dedicadas a definir las y a clasificarlas, especialmente en el ámbito turístico éstas fueron definidas a mediados de la década pasada. Si bien existen estudios empíricos que analizan su eficiencia, estos han sucedido principalmente en la industria manufacturera; en el sector turismo los estudios son limitados y recientes.

Las variables que serán contrastadas en esta tesis se consideran al haber sido significativas en la literatura científica, como determinantes en la adopción de estrategias medioambientales.

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## CAPÍTULO I. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## Capítulo II. Metodología de la investigación

Con el objetivo planteado de “Clasificar a los hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta turística, en función de los factores que determinaron su adopción”, se realizó una investigación con las siguientes etapas: primera fase, investigación documental; segunda fase, diseño del instrumento de recolección de datos; tercera fase, recolección de datos; y cuarta fase, procesamiento de datos.

### 2.1 Primera fase: Investigación documental

A partir de la publicación de Grodsky en 1993, que abordaba el estudio de las “autodeclaraciones” hechas por las organizaciones sobre sus prácticas ambientales y lo falso que resultaba debido a que los grupos de interés necesitan un “comprobante” que instrumentalice las prácticas orientadas a la sustentabilidad; dio pie a estudios con diferentes enfoques que principalmente contribuyen el entendimiento de la certificación y a la discusión de los instrumentos desarrollados para medir la sustentabilidad (Synergy, 2000; Font y Buckley, 2001; Honey y Roma, 2001; Buckley, 2002 a; Buckley, 2002 b; Font y Bendell, 2002; Sallows y Font, 2004), información que se resume en la tabla 2.1.

En la literatura científica se pueden encontrar estudios empíricos que favorecen el conocimiento de las razones por las cuales las empresas deciden ser “verdes” (Bansal y Roth, 2000). Dichas razones pueden ser distintas de una empresa a otra o de acuerdo al contexto en donde sea desarrollada la investigación (ídem).

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

Tabla 2.1 Literatura científica pionera en el estudio de las Ecoetiquetas

Año	Autor	Artículo	Editorial	Temática aborda
2000	Synergy	Tourism Certification: An Analysis of Green Globe 21 and Other Certifications Programs	Godalming: WWF UK.	Análisis de los requisitos de los Programas de certificación
2001	Font, Xavier y Buckley, Ralf (Eds.)	Tourism ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management	Wallingford: CAB International	Discusión de los instrumentos desarrollados para la medición de la sustentabilidad
2001	Honey, Martha y Rome, Abigail	Protecting paradise: certification programs for sustainable tourism and ecotourism	Institute for Policy Studies Washington.	Concepto y clasificación de certificación
2002a	Buckley, Ralf	"Tourism Ecolabels"	Annals of Tourism Research	Discusión de los instrumentos desarrollados para la medición de la sustentabilidad
2002b	Buckley, Ralf	"Research Note: Tourism Ecocertification in the International Year of Ecotourism"	Journal of Ecotourism	Discusión de los instrumentos desarrollados para la medición de la sustentabilidad
2002	Font, Xavier y Bendell, Jem	Standards for Sustainable Tourism for the Purpose of Multilateral Trade Negotiations: Studies on Trade in Tourism Service for the World Tourism Organisation (WTO)	Leeds: Leeds Metropolitan University	Discusión de los instrumentos desarrollados para la medición de la sustentabilidad

Fuente: Elaboración propia

Estudios anteriores que han abordado los factores por los cuales una organización adopta prácticas "verdes" han sido en el sector industrial (Bansal y Roth, 2000; Molina-Azorín, Claver-Cortes, Pereira-Moliner, Tarí, 2009), así también los resultados que han tenido a partir de la adopción de la gestión ambiental (Russo y Fouts, 1997; Quazi, 1999; Buysse y Verbeke, 2003; Melnyk, Sroufe y Calantone, 2003; Menguc y Ozanne, 2005; Wargner, 2005; Montabon, Sroufe y Narasimhan, 2007).

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Bajo este contexto, los estudios científicos que se abordan sobre el tema son diversos, especialmente en el tema de las ecoetiquetas. La mayoría de los trabajos analizan el impacto generado en el consumidor, otros en la adopción SGA, y muy pocos que contemplen los factores determinantes como los beneficios obtenidos en las empresas. Los primeros estudios empíricos abordados se ubican en la industria manufacturera.

Estudios recientes específicamente enfocados en las motivaciones de la empresa sobre la adopción de los sellos ambientales en el turismo, ubican como sujeto de estudio a los hoteles.

Después de una extensa revisión de estudios empíricos, se identificaron los siguientes factores como determinantes para que una organización adopte conductas “verdes”, especialmente en el sector hotelero.

Mejora de la imagen y reputación del hotel: Una de las metas por las cuales se adoptan programas de buenas prácticas, específicamente de responsabilidad social en las cadenas hoteleras es la mejora de la imagen por medio de la comunicación de sus acciones (Holcomb, Upchurch, Okumus, 2007; Tsai, Hsu, Chen, Lin y Chen, 2010). La reputación y la imagen corporativa influye ampliamente en la probabilidad de lealtad del cliente (Chumpitaz, Andreú y Swaen y Bigné, 2005) en el ámbito hotelero aún es complicado definir los efectos que tiene la imagen corporativa y la reputación, aunque un estudio empírico aplicado en Reino Unido, Grecia y Alemania, contribuye a comprobar la relación entre dichos factores con la fidelidad de los huéspedes, demostrando que a mejor reputación e imagen, la fidelidad es favorable (Christou, 2003). El uso de instrumentos como las ecoetiquetas afecta positivamente en la valoración que el mercado tiene de la organización (Klassen y McLaughlin, 1996). Además de que tanto las entidades financieras y aseguradoras incluyen criterios ambientales como condicionantes para la concesión de créditos, debido a que se consideran los riesgos directos e indirectos que pueden acreditarse al ser relacionadas con organizaciones que dañan su entorno natural, ya que ponen en tela de juicio su reputación (Chamorro, 2004).

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Legitimación: se refiere al deseo de una organización de mejorar sus acciones dentro de un acumulado de leyes, normas, valores, creencias (Suchman, 1995). Las empresas ahora expresan razones claras para que sean percibidas como responsables con el entorno natural; ganan legitimidad cuando ajustan sus acciones, a las expectativas de sus grupos de interés y en algunos casos son recompensadas por sus inversores; además de que al legitimar su conducta a favor del medioambiente ganan competitividad en el mercado de valores en comparación con aquellas que no lo hacen. Reducen su riesgo expresando su compromiso con la naturaleza (Bansal y Clelland, 2004), estas expresiones pueden ser llevadas a cabo por medio de comunicados oficiales, como los índices de contaminación o por medio de mecanismos como las ecoetiquetas, entre otros.

Ahorro de costos: Se sugiere que una de las causas por las cuales las organizaciones adoptan prácticas medioambientales es debido a la reducción en el consumo de agua (Goodwin, 2007) y energía, y en la disminución de residuos sólidos y, ruido, entre otros; se considera que la implementación de medidas como las tecnologías limpias, representa una oportunidad para los hoteles sobre los beneficios netos (González y León, 2001) así como de ecoeficiencia. Un hotel puede ahorrar costos por medio de la eficiencia de los recursos como el agua y el consumo energético por medio de la adopción de estrategias medioambientales (Klassen y Whybark, 1999; Chan y Lam, 2003; Chan, 2005) específicamente con certificaciones (Mohammed, 2000). A pesar de que se ha encontrado que en ocasiones el uso de tecnologías ambientales no genera ventaja de costos (Christmann, 2000), aún es mayor el número de resultados positivos relacionados al ahorro de costos (Energy Solution for Hotels, 2014).

Valores y creencias de los gestores. Existen factores de presión internos derivados de estilos y compromiso de dirección de los gestores de las organizaciones (Chamorro, 2004). Roome (1992) incluye en la clasificación de estrategias ambientales el liderazgo, derivado internamente de los valores éticos e interés en el desarrollo sustentable de los gestores; e incluye a las estrategias orientadas a la excelencia empresarial, considerando procesos

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

ecológicos que impacten en la competencia. En los pequeños y medianos hoteles; son generalmente los factores considerados en la toma de decisiones, y están determinados por los valores y creencias personales de los gestores (Tzschentke, Kirk y Lynch, 2004)

Ventaja competitiva: Otro factor determinante por la que las empresas se orientan a la “eco-comercialización”, es la ventaja competitiva por medio de estrategias de gestión medioambiental, que permite la diferenciación entre hoteles (Miles y Munilla, 1995; Goodwin y Justin, 2003; Chan y Wong, 2006).

Presión de los inversionistas: Organizaciones que presentan altos índices de contaminación han sufrido impactos negativos en sus ingresos, y en consecuencia los inversionistas dejan de apoyarlas (Hamilton, 1995) y los que presentan menor contaminación presentan mejores rendimientos económicos (Cohen, Fenn, Naimon, 1995; King y Lenox, 2002; Wargner, 2005; Montabon, Sroufe y Narasimhan, 2007) aunque éstos son reflejados de uno a dos años de la inicialización de las medidas reductoras de los impactos negativos (Hart y Ahuja 1996) y en algunos casos no influye significativamente en la opinión de los inversionistas (Gilley, Worrell, Davinson y El-Jelly, 2000) o en el aumento de rentabilidad (Wagner, Van Phu, Azomahou y Wehrmeyer, 2002; Garcés y Cañón, 2006, Link y Naveh, 2006; Aragón-Correa y Rubio-López, 2007). Lo anterior demuestra que la conducta de los inversionistas es diferente de acuerdo al contexto en el que sea considerada.

Presión de los consumidores: La importancia dada al medioambiente por parte de los clientes del hotel, va en aumento, pero aún existe un número mayor de huéspedes que prefieren darle importancia a las características de la habitación, la calidad en el servicio, el valor que les ofrece el hotel, entre otros componentes que aumentan la probabilidad de retorno de los turistas (Choi y Chu, 2001). En condiciones en donde la oferta es mayor, las conductas medioambientales de los clientes, si son significativas (Goodwin y Justin, 2003).

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Presión de la competencia: En ocasiones las decisiones tomadas en consideración por las empresas se determinan por las acciones de su competencia. Es decir, si la competencia se vuelve “verde”, es razón suficiente para que las organizaciones adopten conductas similares (Chamorro, 2004)

Regulación/ Legislación: Factores como los de la presión del Estado y la normatividad ha tenido influencia positiva y negativa en la adopción de medidas medioambientales (Vicente y Ruiz, 2002; Chamorro, 2004; Bonilla, Nájera y Font, 2011); esto en estudios aplicados en Europa. El problema con la regulación medioambiental, además de su alto costo, no reside en lo estricto de sus normas, sino en la falta de aplicación y administración de ellas; si son aplicadas correctamente pueden y deben de fomentar la productividad de los recursos en las organizaciones (Porter y Van Der Linde, 1995). El aumento de la aplicación estricta de la legislación y el deseo de asegurar que los hoteles cumplan con la normatividad vigente, ha impulsado el uso de las estrategias ambientales (Nieto y Fernández, 2004; Montaña y Chavarría, 2007). Además de que las empresas ya no soportan costos derivados de impuestos, multas, permisos, entre otros (Del Brío y Junquera, 2001).

Entre otros factores que han sido considerados se encuentra el querer acceder a mercados internacionales, la presión de asociaciones ambientalistas (Chamorro, 2004), la preocupación de los empleados sobre el comportamiento de la empresa (Ottman, 1995) sin embargo en la literatura no han sido nombrados de manera significativa.

Por lo que las variables de estudio se pueden resumir de la siguiente manera:

- Mejora de la imagen y reputación del hotel
- Legitimación
- Ahorro de costos
- Valores y creencias de los gestores



## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

- Ventaja competitiva
- Presión de los inversores
- Presión de los consumidores
- Presión de la competencia
- Regulación/ Legislación

### Planteamiento de la hipótesis

Una vez expuesto lo anterior y a partir de la revisión de la literatura, se plantean las siguientes hipótesis de trabajo, las cuales serán contrastadas con los resultados de esta investigación.

H1: En los hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta, la mejora de la imagen y reputación del hotel, legitimación, ahorro de costos, valores y creencias de los gestores, ventaja competitiva, presión de los inversores, presión de los consumidores, presión de la competencia y regulación/legislación, son variables que determinan la adopción de la ecoetiqueta.

Para lo anterior se proponen las siguientes hipótesis alternas

H<sub>1.1</sub> En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “mejora de la imagen y reputación del hotel” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.2</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “legitimación” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

H<sub>1.3</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “ahorro de costos” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.4</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “valores y creencias de los gestores” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.5</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “ventaja competitiva” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.6</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “presión de los inversores” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.7</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “presión de los consumidores” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.8</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “presión de la competencia” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.9</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “regulación/legislación” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

## 2.2 Segunda fase: Diseño del instrumento de recolección de datos

Para la recolección de datos se elaboró un cuestionario semi estructurado (Hernández, Fernández y Baptista, 2002) incluyendo las variables que se han destacado en la literatura científica.

Mejora de la imagen y reputación del hotel, Legitimación, Ahorro de costos, Valores y creencias de los gestores, Ventaja competitiva, Presión de los inversores, Presión de los consumidores, Presión de la competencia y Regulación/ Legislación.

Finalmente se elaboraron dos cuestionarios, uno dirigido a los hoteles en México y otro para los de Costa Rica. Se conservaron las mismas variables, variando únicamente en el apartado de identificación de la ecoetiqueta adoptada, debido a que Hidro Sustentable y Certificado de Calidad Ambiental son exclusivos en México así como CST es de Costa Rica (Tablas 2.2, 2.3, 2.4 y 2.5).

### 2.2.1 Instrumento dirigido a gestores de hoteles en México

Tabla 2.2 ítems de identificación de hoteles de México

Ítems de Identificación	Nombre del hotel	Se refiere al hotel a quien se le aplica el instrumento	
	Puesto que desempeña el entrevistado	El instrumento es dirigido al encargado de la gestión ambiental del hotel	
	Indique cuales ecoetiquetas posee su hotel	Categorías	Hotel Hidro sustentable
			Green Globe
			Certificación Ambiental Turística (Otorga PROFEPA)
Año en el que se obtuvo la ecoetiqueta	Año en el que se cumplieron los requisitos para la obtención de la ecoetiqueta		

Fuente: Elaboración propia

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Tabla 2.3 Ítems para determinar los factores para la adopción de una ecoetiqueta en hoteles

La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue mejorar la imagen y reputación del hotel
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue para ser percibido como un hotel responsable
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue el ahorro de costos
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue debido a valores e interés de los gestores en el desarrollo sustentable
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue obtener una ventaja de mercado competitiva
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue para responder a la presión de inversores interesados en apoyar prácticas a favor del entorno natural
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue para responder a la presión de huéspedes interesados en hoteles que promueven prácticas a favor del entorno natural
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue debido a que la competencia ha reflejado beneficios a partir de prácticas a favor del entorno natural
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue para responder a la presión del Estado y de su normatividad (multas, sanciones, impuestos, entre otros)
*Todos los ítems fueron medidos una escala de Likert de 10 puntos (nivel de acuerdo con las oraciones)

Fuente: Elaboración propia

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## 2.2.2 Instrumento dirigido a gestores de hoteles extranjeros

Tabla 2.4 Ítems de identificación de hoteles extranjeros

Ítems de Identificación	Nombre del hotel	Se refiere al hotel a quien se le aplica el instrumento	
	Puesto que desempeña el entrevistado	El instrumento es dirigido al encargado de la gestión ambiental del hotel	
	Indique cuales ecoetiquetas posee su hotel	Opción múltiple	Hoteles + verdes
			Green Globe
			Turismo Sostenible (Costa Rica)
Año en el que se obtuvo la ecoetiqueta	Año en el que se cumplieron los requisitos para la obtención de la ecoetiqueta		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2.5 Ítems para determinar los factores para la adopción de una ecoetiqueta en hoteles extranjeros

La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue mejorar la imagen y reputación del hotel
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue para ser percibido como un hotel responsable
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue el ahorro de costos
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue debido a valores e interés de los gestores en el desarrollo sustentable
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue obtener una ventaja de mercado competitiva
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue para responder a la presión de inversores interesados en apoyar prácticas a favor del entorno natural
La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue para responder a la presión de huéspedes interesados en hoteles que promueven prácticas a favor del entorno natural

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue debido a que la competencia ha reflejado beneficios a partir de prácticas a favor del entorno natural

La principal motivación para la obtención de la ecoetiqueta y de implementar un Sistema de Gestión Medioambiental, fue para responder a la presión del Estado y de su normatividad (multas, sanciones, impuestos, entre otros)

\*Todos los ítems fueron medidos una escala de Likert de 10 puntos (nivel de acuerdo con las oraciones)

Fuente: Elaboración propia

### 2.3 Tercera fase: Recolección de datos

#### 2.3.1 Prueba piloto

Para esta fase se elaboró un instrumento diseñado de tal manera que el encargado de la gestión ambiental del hotel pudiera contestarlo. Para eso se usó la técnica por correo electrónico y los resultados fueron recabados al momento de finalizar completamente con el instrumento. Antes de ser enviado el cuestionario se sometió a una prueba piloto con 10 académicos de la Universidad de Quintana Roo, Unidad Académica Cozumel, para detectar problemas de redacción o en la estructura de ésta; haciendo los ajustes atendiendo los comentarios recibidos. Posteriormente se piloteó con algunos gerentes de hoteles de Cozumel, como el Hotel B, Hotel Coral Princess y Secrets Aura Cozumel, para identificar si el lenguaje es comprendido por el sector hotelero.

#### 2.3.2 Participantes, material y procedimiento

Una vez que las principales variables para la adopción de medidas medioambientales por parte de los gestores han sido identificados en la fase 1, se envió un cuestionario a los hoteles de México y Costa Rica, que poseen una ecoetiqueta turística, específicamente Green Globe, Hidro-Sustentable, Certificado de Calidad Ambiental Turística y Certificación

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

para la Sustentabilidad Turística, considerando que la primera es de la iniciativa privada y de alcance internacional; la segunda es de igual manera iniciativa privada pero de alcance nacional (México); la siguiente promovida por el gobierno y de alcance nacional (México); y la última de Costa Rica y de alcance nacional .

Se identificó que para el 2012, 87 hoteles en México y 226 en Costa Rica poseían alguna o algunas de las Ecoetiquetas mencionadas anteriormente. El cuestionario se envió por correo electrónico utilizando la herramienta *Survey Monkey* para facilitar a los encuestados una respuesta rápida y cómoda y se le dio seguimiento vía mail y telefónico. Se dirigió a la persona que figuraba como contacto o encargado de cada programa de certificación, en dónde se solicitaba que valoraran el nivel de acuerdo hacia las razones de presión siguiendo una escala de Likert de 1 (totalmente en desacuerdo) a 10 (totalmente de acuerdo).

El instrumento fue enviado a los 313 hoteles de los cuales se recibió respuesta de 57 hoteles, 29 de México y 28 de Costa Rica. Veinticinco hoteles enviaron respuesta solicitando ser excluidos del estudio y el resto no contestó.

El porcentaje de respuesta es de 18.5% del total de hoteles identificados, lo que no invalida los resultados (Uriel y Aldás, 2005), aunque si limita el potencial para extrapolarlos.

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## 2.4 Procesamiento de datos

### 2.4.1 Análisis factorial

Existen numerosos estudios que han abarcado el análisis de factores, refiriéndose a la motivación por la que las empresas optan por una estrategia medioambiental. En el caso específico de ecoetiquetas en un hotel, existe un estudio (Bonilla, Nájera y Font; 2011) que sin embargo no define las variables que determinan la postura de los hoteles con respecto a la adopción de una ecoetiqueta y se limita a seleccionar a los hoteles con este distintivo solamente como sujeto de estudio.

Con el fin de reducir las variables en factores que permitan explicar los determinantes para la selección de una ecoetiqueta turística en esta investigación se utilizó la técnica de análisis factorial exploratorio. Los resultados fueron capturados y procesados en el programa estadístico *IBM SPSS Statistics Versión 19*.

Para tal análisis, resultó importante que las variables fueran codificadas como métricas (numéricas/cuantitativas). De igual manera es relevante el tamaño de la muestra. En general el factorial es aplicable cuando se tengan al menos 50 observaciones, preferiblemente 100; adicional a esto como regla general el ratio óptimo debe de ser por lo menos de cinco a uno, idealmente de 10 a 1 (Uriel y Aldás, 2005). En esta investigación se obtuvieron 57 observaciones.

### 2.4.2 Condiciones de aplicabilidad

Para confirmar la aplicación del análisis factorial, se analizó la matriz de correlaciones (Tabla 2.5), para observar cuantas son significativas de manera de que no exista un número elevado de variables que no estuvieran correlacionadas entre sí. Adicionalmente para determinar la adecuación se analizaron los coeficientes de correlación parcial en la



## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

matriz de correlación anti imagen (Tabla 2.6) y el test de esfericidad de Bartlett y la medida KMO de adecuación de la muestra (Tabla 2.7) (Ídem).

Tabla 2.6 Matriz de correlaciones

		Correlaciones								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
X1	Correlación de Pearson	1	,448**	,320*	,269*	,553**	,518**	,531**	,380**	,408**
	Sig. (bilateral)		,000	,015	,043	,000	,000	,000	,004	,002
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X2	Correlación de Pearson	,448**	1	,410**	,572**	,479**	,243	,119	,269*	,101
	Sig. (bilateral)	,000		,002	,000	,000	,069	,376	,043	,454
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X3	Correlación de Pearson	,320*	,410**	1	,141	,422**	,592**	,402**	,243	,441**
	Sig. (bilateral)	,015	,002		,294	,001	,000	,002	,068	,001
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X4	Correlación de Pearson	,269*	,572**	,141	1	,373**	,183	,105	,229	-,035
	Sig. (bilateral)	,043	,000	,294		,004	,174	,436	,087	,799
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X5	Correlación de Pearson	,553**	,479**	,422**	,373**	1	,563**	,504**	,518**	,438**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,001	,004		,000	,000	,000	,001
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X6	Correlación de Pearson	,518**	,243	,592**	,183	,563**	1	,824**	,493**	,617**
	Sig. (bilateral)	,000	,069	,000	,174	,000		,000	,000	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X7	Correlación de Pearson	,531**	,119	,402**	,105	,504**	,824**	1	,685**	,676**
	Sig. (bilateral)	,000	,376	,002	,436	,000	,000		,000	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X8	Correlación de Pearson	,380**	,269*	,243	,229	,518**	,493**	,685**	1	,627**
	Sig. (bilateral)	,004	,043	,068	,087	,000	,000	,000		,000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X9	Correlación de Pearson	,408**	,101	,441**	-,035	,438**	,617**	,676**	,627**	1
	Sig. (bilateral)	,002	,454	,001	,799	,001	,000	,000	,000	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).  
\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

Tabla 2.7 Condiciones de aplicabilidad: Matriz de correlación anti imagen

		Matrices anti-imagen								
		Mejoralmagen		AhorroCostos	PersGestores	VentajaComp	Presion Inversores	Presion Clientes	Competencia	Normatividad
		Reput	Legitimar							
Covarianza anti-imagen	MejoralmagenReput	,513	-,167	,071	,012	-,118	-,001	-,085	,083	-,057
	Legitimar	-,167	,430	-,175	-,218	-,066	,001	,068	-,089	,052
	AhorroCostos	,071	-,175	,501	,071	-,030	-,122	,021	,068	-,108
	ValoresPersGestores	,012	-,218	,071	,601	-,070	-,045	,013	-,061	,108
	VentajaComp	-,118	-,066	-,030	-,070	,473	-,063	,022	-,092	-,018
	PresionInversores	-,001	,001	-,122	-,045	-,063	,211	-,131	,075	-,036
	PresionClientes	-,085	,068	,021	,013	,022	-,131	,177	-,130	-,020
	ImitarCompetencia	,083	-,089	,068	-,061	-,092	,075	-,130	,353	-,150
	PresionNormatividad	-,057	,052	-,108	,108	-,018	-,036	-,020	-,150	,401
Correlación anti-imagen	MejoralmagenReput	<b>,821<sup>a</sup></b>	-,355	,140	,021	-,240	-,002	-,282	,194	-,125
	Legitimar	-,355	<b>,643<sup>a</sup></b>	-,377	-,429	-,146	,005	,245	-,228	,126
	AhorroCostos	,140	-,377	<b>,750<sup>a</sup></b>	,129	-,062	-,374	,072	,161	-,242
	ValoresPersGestores	,021	-,429	,129	<b>,686<sup>a</sup></b>	-,131	-,125	,039	-,132	,220
	VentajaComp	-,240	-,146	-,062	-,131	<b>,905<sup>a</sup></b>	-,199	,077	-,224	-,041
	PresionInversores	-,002	,005	-,374	-,125	-,199	<b>,758<sup>a</sup></b>	-,676	,275	-,122
	PresionClientes	-,282	,245	,072	,039	,077	-,676	<b>,725<sup>a</sup></b>	-,518	-,076
	ImitarCompetencia	,194	-,228	,161	-,132	-,224	,275	-,518	<b>,713<sup>a</sup></b>	-,400
	PresionNormatividad	-,125	,126	-,242	,220	-,041	-,122	-,076	-,400	<b>,849<sup>a</sup></b>

a. Medida de adecuación muestral

Fuente: Elaboración propia

Al observar la diagonal de la correlación anti imagen, se observa en la medida de adecuación muestral que individualmente, todas la variables superan el valor mínimo aceptable ( $p > .50$ ) (Kaiser 1970, citado en Uriel y Aldas, 2005). En el caso del test de Bartlett y KMO se confirma su adecuación debido a que  $p$  es inferior al nivel crítico sugerido 0.05 y KMO toma un valor superior al mínimo aceptable ( $0.765 > 0.5$ ) (Kaiser y Rice, 1974 citado en Uriel y Aldas, 2005). Se concluye que es adecuado aplicar el análisis factorial.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Tabla 2.8 Condiciones de aplicabilidad: Test de esfericidad de Bartlett y medida KMO

<b>KMO y prueba de Bartlett</b>		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,765
Prueba de esfericidad de	Chi-cuadrado aproximado	274,669
Bartlett	gl	36
	Sig.	,000

Fuente: Elaboración propia

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## CAPÍTULO III: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

## Capítulo III. Análisis y discusión de los resultados

### 3.1. Ajuste global

Los factores fueron extraídos por medio del método de componentes principales ya que es recomendado para resumir las variables (Uriel, Aldas, 2005). Los criterios utilizados para determinar el número de factores a extraer fueron: criterio de porcentaje de varianza explicada (Tabla 3.1) y gráfico de sedimentación (Gráfico 3.1) (Uriel, 1995).

Tabla 3.1 Criterio de porcentaje de varianza explicada: Extracción de Factores

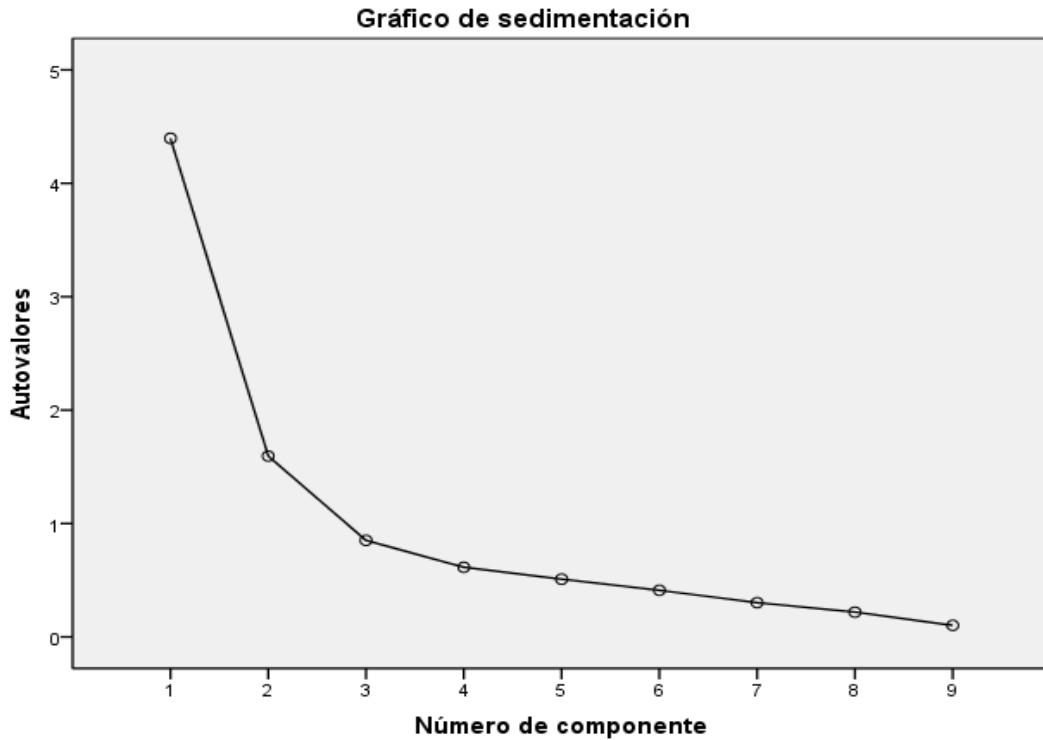
Componente	Varianza total explicada								
	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	4,397	48,854	48,854	4,397	48,854	48,854	3,832	42,574	42,574
2	1,594	17,716	66,570	1,594	17,716	66,570	2,160	23,996	66,570
3	,851	9,457	76,027						
4	,614	6,825	82,852						
5	,510	5,661	88,513						
6	,411	4,569	93,082						
7	,302	3,356	96,438						
8	,219	2,430	98,868						
9	,102	1,132	100,000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Fuente: Elaboración propia

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

Gráfico 3.1 Gráfico de sedimentación: Extracción de factores



Fuente: Elaboración propia

En la tabla de varianza total explicada, se ve que con dos factores se puede alcanzar un grado de capacidad explicativa de 66.57 %, el valor ideal es de 70%, sin embargo es aceptable tomar valores mayores a 60% (Uriel y Aldas, 2005).

En el gráfico de sedimentación arrojado, pareciera incluirse al tercer factor, pero dado que su auto valor es menor a 1, no es adecuado. En la imagen se aprecia que la selección de dos componentes parece ser apropiada (los que se encuentran sobre el valor de 1) (Uriel, 1995).

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

## 3.2 Interpretación de los factores

De acuerdo a Uriel (1995) una forma de interpretar los factores es por medio de la rotación de los mismos. En esta investigación se utilizó el procedimiento de rotación varimax (ídem).

Tabla 3.2 Interpretación de factores: Matriz de componentes rotados.

	Componente	
	1	2
PresionClientes	,913	,034
PresionNormatividad	,860	-,077
PresionInversores	,855	,183
ImitarCompetencia	,733	,178
VentajaComp	,595	,547
MejoralmagenReput	,564	,465
AhorroCostos	,549	,321
aLegitimar	,130	,880
ValoresPersGestores	-,008	,833

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 3 iteraciones.

Fuente: Elaboración propia

Para interpretar los factores, se utilizó la tabla de referencia el tamaño muestral de 57 observaciones, dando como resultado una carga factorial de 0.70 , la cual es la utilizada para seleccionar las variables que explican cada factor (Uriel y Aldas, 2005) . Analizando la matriz de componente rotados se observa que el factor 1 viene explicado por las variables:

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

- Presión de los clientes +
- Presión de la normatividad +
- Presión de inversores +
- Imitar a la competencia +

El segundo factor es explicado por las variables

- Legitimar +
- Valores de los gestores +

Las variables: ventaja competitiva, mejora de imagen y reputación, y ahorro de costos, fueron eliminadas al no alcanzar una carga factorial superior a la sugerida al tamaño muestral.

Con los resultados recabados a partir del análisis factorial, la adopción de una ecoetiqueta en hoteles en México y Costa Rica se explica cómo:

Factores impulsados internamente: la legitimación y valores de los gestores son variables que surgen internamente de los hoteles con alguna ecoetiqueta, lo que determina la adopción de la ecoetiqueta.

Factores impulsados externamente: la presión de los clientes, la presión de la normatividad, de los inversores e imitar a la competencia, son variables que influyen externamente a los hoteles a adoptar instrumentos que demuestren que sus prácticas no impactan negativamente en el medio ambiente.

Se precisa que en esta investigación se obtuvieron 57 casos, por lo que se tiene un ratio de 6 a 1. El hecho de que no se alcancen las condiciones ideales que Uriel y Aldás mencionan (100 observaciones y ratio 10 a 1), no reduce la validez de los resultados. Lo que se debe de considerar es la recomendación de Uriel y Aldas de no extrapolar a otras realidades dichos resultados.



# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## 3.3 Análisis clúster

Una vez identificadas los factores nombrados como internos y externos, así como las variables que componen a cada uno de ellos se procedió a agrupar a los hoteles en conglomerados, analizando la similitud de las variables resultantes del apartado anterior (fueron descartadas las variables que no fueron significativas: ventaja competitiva, mejora de imagen y reputación, y ahorro de costos) en el programa estadístico *IBM SPSS Statistics Versión 19*.

### 3.3.1 Condiciones de aplicabilidad

Puesto que los factores se han identificado, el análisis clúster se aplica sabiendo que existe multicolinealidad, puesto que no interesa con él encontrar las variables que explican los conglomerados, sino los elementos que pertenecerán a cada uno, en función de los valores promedio, de las variables incluídas en cada factor.

### 3.3.2 Estimación del modelo y ajuste global

Para determinar el número de clústeres existentes se aplicaron el método jerárquico y no jerárquico para comprobar el resultado. En la aplicación del método jerárquico se pidió guardar una variable que recabe a cuál de los grupos pertenece cada caso (*clu\_3\_1*). Con la información resultante se calculó una tabla cruzada (Tabla 3.3) que contiene las medias de X1 a X6 en cada clúster. Con esto se alimentó y aplicó el clúster no jerárquico, y su resultado se aprecia en las tablas 3.4 y 3.5 en dónde se observa la similitud de los centroides jerárquicos y no jerárquicos. En la tabla 3.6, analizando los valores de  $p$  se observa que solamente la variable X2 “valores personales de los gestores” (y en el extremo de X1), no se presentan diferencias significativas entre los dos clúster, luego la calidad del análisis efectuado se confirma.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Tabla 3.3: Medias de X1 a X6 en cada conglomerado

			Media	Recuento
Ward Method	1	Legitimar	8.32	22
		ValoresPersGestores	8.68	22
		PresionInversores	3.68	22
		PresionClientes	4.91	22
		ImitarCompetencia	6.41	22
		PresionNormatividad	4.45	22
	2	Legitimar	8.37	19
		ValoresPersGestores	9.11	19
		PresionInversores	2.63	19
		PresionClientes	2.16	19
		ImitarCompetencia	1.68	19
		PresionNormatividad	1.68	19
	3	Legitimar	9.81	16
		ValoresPersGestores	9.63	16
		PresionInversores	8.69	16
		PresionClientes	9.06	16
		ImitarCompetencia	8.56	16
		PresionNormatividad	8.81	16

Fuente: Elaboración propia

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Tabla 3.4: Centroide jerárquico

**Centros iniciales de los conglomerados**

	Conglomerado		
	1	2	3
Legitimar	8.32	8.37	9.81
ValoresPersGestores	8.68	9.11	9.63
PresionInversores	3.68	2.63	8.69
PresionClientes	4.91	2.16	9.06
ImitarCompetencia	6.41	1.68	8.56
PresionNormatividad	4.45	1.68	8.81

Entrada desde el subcomando INITIAL

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.5: Centroide no jerárquico

**Centros de los conglomerados finales**

	Conglomerado		
	1	2	3
Legitimar	8	9	10
ValoresPersGestores	9	9	10
PresionInversores	3	3	9
PresionClientes	5	2	9
ImitarCompetencia	6	2	8
PresionNormatividad	4	2	9

Fuente: Elaboración propia

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Tabla 3.6: Diferencias de medias de cada variable en los tres conglomerados

	Conglomerado		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	gl		
Legitimar	15,429	2	4,994	54	3,089	,054
ValoresPersGestores	4,481	2	3,030	54	1,479	,237
PresionInversores	194,812	2	3,730	54	52,226	,000
PresionClientes	214,135	2	3,395	54	63,081	,000
ImitarCompetencia	213,539	2	2,981	54	71,640	,000
PresionNormatividad	221,245	2	4,298	54	51,481	,000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con una finalidad descriptiva puesto que los conglomerados han sido elegidos para maximizar las diferencias entre los casos en diferentes conglomerados. Los niveles críticos no son corregidos, por lo que no pueden interpretarse como pruebas de la hipótesis de que los centros de los conglomerados son iguales.

Fuente: Elaboración propia

### 3.3.3 Validación del modelo

Para validar el modelo, se realizó un nuevo análisis no jerárquico, sin indicarle al programa los centroides iniciales. En la tabla 3.7 se observa que las medias son significativamente distintas en cada conglomerado ( $p$  es inferior al nivel crítico sugerido 0.05 (Kaiser y Rice, 1974 citado en Uriel y Aldas, 2005)). Sin embargo considerando los resultados de la tabla 3.6, se procede a no considerar la variable X2 (ValoresPerGestores)

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

Tabla 3.7. Validación del modelo: Nuevo análisis no jerárquico

	Conglomerado		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	gl		
Legitimar	59,427	2	3,365	54	17,661	,000
ValoresPersGestores	60,227	2	,965	54	62,416	,000
PresionInversores	173,406	2	4,523	54	38,339	,000
PresionClientes	219,576	2	3,193	54	68,766	,000
ImitarCompetencia	116,348	2	6,580	54	17,681	,000
PresionNormatividad	220,547	2	4,323	54	51,012	,000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con una finalidad descriptiva puesto que los conglomerados han sido elegidos para maximizar las diferencias entre los casos en diferentes conglomerados. Los niveles críticos no son corregidos, por lo que no pueden interpretarse como pruebas de la hipótesis de que los centros de los conglomerados son iguales.

Fuente: Elaboración propia

### 3.3.4 Análisis de los conglomerados

Tabla 3.8 ANOVA

		ANOVA				
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Legitimar	Inter-grupos	24,930	2	12,465	2,442	,097
	Intra-grupos	275,631	54	5,104		
	Total	300,561	56			
ValoresPersGestores	Inter-grupos	8,249	2	4,125	1,356	,266
	Intra-grupos	164,312	54	3,043		
	Total	172,561	56			
PresionInversores	Inter-grupos	358,421	2	179,211	41,600	,000
	Intra-grupos	232,631	54	4,308		
	Total	591,053	56			
PresionClientes	Inter-grupos	416,297	2	208,148	57,558	,000
	Intra-grupos	195,282	54	3,616		
	Total	611,579	56			
ImitarCompetencia	Inter-grupos	444,674	2	222,337	83,748	,000
	Intra-grupos	143,361	54	2,655		
	Total	588,035	56			
PresionNormatividad	Inter-grupos	444,564	2	222,282	52,189	,000
	Intra-grupos	229,997	54	4,259		
	Total	674,561	56			

Fuente: Elaboración propia

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

En la tabla 3.8 se observa el valor de significación de las variables X3, X4, X5 y X6 son menores al valor crítico de  $p < 0.05$  lo que significa que al menos una de las medias dentro de cada uno de tres clústeres es distinta con las otras. En el caso de las variables X1 y X2, que presentaron igualdad de medias, fueron descartadas en la interpretación de los resultados. Lo que se comprueba con la tabla de comparaciones múltiples que puede consultarse en el anexo 3.

Tabla 3.9 Medias de conglomerados formados

Grupos	VARIABLES	Media
Grupo 1: Presión Externa Media (Recuento:22)	PresiónInversores	3.68
	PresiónClientes	4.91
	ImitarCompetencia	6.41
	PresiónNormatividad	4.45
Grupo 2: Presión Externa Baja (Recuento: 19)	PresiónInversores	2.63
	PresiónClientes	2.16
	ImitarCompetencia	1.68
	PresiónNormatividad	1.68
Grupo 3: Presión Externa Alta (Recuento: 16)	PresiónInversores	8.69
	PresiónClientes	9.06
	ImitarCompetencia	8.56
	PresiónNormatividad	8.81

Fuente: Elaboración propia

Con los resultados que se observan en la tabla 3.9 se construye la tabla 3.10 que describe a los conglomerados formados.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

### 3.4 Clasificación de los hoteles con alguna ecoetiqueta en función a las variables que determinan su adopción.

Para la clasificación se tomó como referencia la tabla 3.9, con esta fueron eliminadas las variables X1 y X2, las cuales forman parte del factor interno, arrojado en el análisis factorial. Es decir los elementos que pertenecen a cada clúster son considerados en función de los valores promedios del factor externo (Tabla 3.10).

Tabla 3.10 Descripción de conglomerados formados, considerando las medias del factor externo.

Grupos	Factor considerado al adoptar una ecoetiqueta. (Promedio de las medias)
Grupo 1: Presión Externa Media	4.86
Grupo 2: Presión Externa Baja	2.03
Grupo 3: Presión Externa Alta	8.78

Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente la tabla 3.11 contribuye a la descripción de los grupos formados.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

Tabla 3.11 Descripción de conglomerados formados, considerando los porcentajes de hoteles analizados, el país y la ecoetiqueta

Clúster	País	Ecoetiqueta (s) que posee o ya no posee el hotel	% de hoteles que poseen o poseían alguna ecoetiqueta
Presión Externa Media	MEXICO (31.82 %)	Certificación Ambiental Turística	9.09%
		Hotel Hidro Sustentable	18.18%
		Ya no posee: Certificación Ambiental Turística	4.55%
	COSTA RICA (68.18 %)	Certificación para la Sostenibilidad Turística	68.18%
% de hoteles incluidos en el Clúster 1			38.60%
Presión Externa Baja	MEXICO (36.84 %)	Certificación Ambiental Turística	10.53%
		Green Globe	10.53%
		Hotel Hidro Sustentable /Certificación Ambiental Turística	5.26%
		Ya no posee: Hotel Hidro Sustentable	5.26%
	Ya no posee: Certificación Ambiental Turística	5.26%	
COSTA RICA (63.16 %)	Certificación para la Sostenibilidad Turística	63.16%	
% de hoteles incluidos en el Clúster 2			33.33%
Presión Externa Alta	MEXICO (87.5 %)	Certificación Ambiental Turística	25.00%
		Certificación Ambiental Turística/ Green Globe	6.25%
		Green Globe	43.75%
		Hotel Hidro Sustentable	6.25%
		Hotel Hidro Sustentable /Certificación Ambiental Turística	6.25%
	COSTA RICA (12.50 %)	Certificación para la Sostenibilidad Turística	12.50%
% de hoteles incluidos en el Clúster 3			28.07%

Fuente: Elaboración propia



## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

### 3.4.1 Presión Externa Media

Son los hoteles que han adoptado una ecoetiqueta turística en donde los factores externos han influido medianamente en dicha decisión, principalmente la adopción de conductas similares de la competencia. En esta investigación los hoteles de Costa Rica poseen este patrón de presión y han optado por incluir a la ecoetiqueta “Certificación para la Sostenibilidad Turística”, que es la de mayor uso en el país en el que se encuentran ubicados dichos hoteles. Por tal razón la competencia influye significativamente en su decisión. Cabe mencionar que en este grupo se encuentran la mayor parte de hoteles estudiados (38.60%)

### 3.4.2 Presión Externa Baja

Son los hoteles que han adoptado una ecoetiqueta turística en donde los factores externos han influido poco en dicha decisión, entre las variables que han tenido influencia destacan la presión de inversores y de clientes. En esta investigación los hoteles de Costa Rica destacan con esta medida de presión y de igual manera que los de presión externa media, han optado por adoptar a la ecoetiqueta “Certificación para la Sostenibilidad Turística”

### 3.4.3 Presión Externa Alta

Son los hoteles que han adoptado una ecoetiqueta turística en donde los factores externos han influido altamente en dicha decisión, Son principalmente reactivas a las presiones del mercado preocupado en el medio ambiente, en donde la presión de los inversores, la de los clientes, el imitar a la competencia y la normatividad vigente, son variables significativamente influyentes. Este grupo se encuentra principalmente conformado por hoteles de México (87.5%) y han optado por las ecoetiquetas Green

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Globe, Certificación Ambiental Turística y Hotel Hidro Sustentable, siendo las dos primeras la de mayor uso. Cabe mencionar que el uso de la ecoetiqueta Green Globe es costoso, y los hoteles que cuentan con ella están ubicados en la Riviera Maya tales como: Hidden Beach Resort Hotel, Azul Sensatori by Karisma, Azul Fives Hotel, El Dorado Seaside Suites, El Dorado Maroma by Karisma, El Dorado Royale & Dorado Casitas Royale y Beach Palace; grandes hoteles que reciben turismo de sol y playa que genera ingresos importantes en su rubro.

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## 3.5 Contrastación de hipótesis

Con los resultados anteriormente presentados, se contrastan las hipótesis de trabajo, originalmente formuladas.

*H1: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta, la mejora de la imagen y reputación del hotel, legitimación, ahorro de costos, valores y creencias de los gestores, ventaja competitiva, presión de los inversores, presión de los consumidores, presión de la competencia y regulación/legislación, son variables que determinan la adopción de la ecoetiqueta.*

Considerando las hipótesis alternas y al ser contrastadas en el análisis factorial se concluye que:

H<sub>1.1</sub> En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “mejora de la imagen y reputación del hotel” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.2</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “legitimación” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.3</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “ahorro de costos” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.4</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “valores y creencias de los gestores” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.5</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “ventaja competitiva” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.6</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “presión de los inversores” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

H<sub>1.7</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “presión de los consumidores” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.8</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “presión de la competencia” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

H<sub>1.9</sub>: En hoteles de México y Costa Rica con alguna ecoetiqueta la variable “regulación/legislación” es significativa como determinante en la adopción de una ecoetiqueta.

Con base en los resultados las hipótesis H<sub>1.1</sub>, H<sub>1.3</sub>, H<sub>1.5</sub>, no resultaron significativas como variables que influyen en la adopción de una ecoetiqueta en los hoteles de México y Costa Rica. Por lo tanto se rechazan.

Por otro lado y con base en el análisis factorial (Tabla 3.2) Las hipótesis H<sub>1.2</sub>, H<sub>1.4</sub>, H<sub>1.6</sub>, H<sub>1.7</sub>, H<sub>1.8</sub>, H<sub>1.9</sub> resultaron ser significativas, como variables explicativas de los factores impulsados internamente desde la empresa y de los factores impulsados externamente a la empresa en la adopción de una ecoetiqueta y por lo tanto se aceptan.

Por lo que la hipótesis H1 se adapta, ya que las variables propuestas no todas fueron significativas. Las variables que explican la adopción de alguna ecoetiqueta en los hoteles son: Legitimación, valores de los gestores, presión de los inversores, presión de los consumidores, presión de la competencia y regulación/legislación.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

### 3.6 Conclusiones del análisis y discusión de los resultados

En el análisis anterior, los resultados difieren de Holcomb, Upchurch, Okumus (2007) y Tsai, Hsu, Chen, Lin y Chen (2010), quienes encontraron que la mejora de imagen y reputación del hotel, como meta de la adopción de programas de buenas prácticas como lo son las ecoetiquetas es relevante. De igual forma, en los resultados de esta investigación, la variable ahorro de costos no es considerada significativa en el caso de las ecoetiquetas, lo que difiere con Goodwin (2007) que sugiere que una de las causas por las que las organizaciones adoptan prácticas medioambientales es el ahorro de costos. Lo mismo sucede con lo que Miles y Munilla (1995), Goodwin y Justin (2003) y Chan y Wong (2006) que consideran la ventaja competitiva como determinante en la orientación por la “eco-comercialización”.

Legitimar su conducta a favor del medio ambiente por medio de mecanismos como las ecoetiquetas, para reducir el riesgo de perder competitividad en el mercado es coincidente con lo encontrado por Bansal y Clelland (2004). Otras variables impulsadas internamente desde el interior de los hoteles y que influyen significativamente en la adopción de una ecoetiqueta, en México y Costa Rica son el estilo y compromiso de los gestores que buscan la excelencia empresarial a través de procesos ecológicos (Henri y Fava, 1994) determinado por los valores y creencias personales de la alta dirección (Tzschentke, Kirk y Lynch, 2004).

Gilley, Worrell, Davinson y El-Jelly (2000) encontraron que el impacto negativo en el medio ambiente no influye significativamente en el momento de decidir invertir o no en las organizaciones, sin embargo en los resultados del análisis factorial, haber considerado la presión de los inversionistas resultó ser una variable significativa.

Cada vez, va en aumento el número de hoteles que consideran el incremento del mercado “verde”. La conciencia ambiental de los huéspedes, así como la búsqueda de espacios que no dañen al entorno, son razones de presión que impulsan externamente a los hoteles a

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

la adopción de una ecoetiqueta que mejore sus prácticas y las legitime a dicho mercado, como encuentran significativamente Goodwin y Justin (2003). Lo que trae consigo, que la competencia imite la estrategia ambiental adoptada. En el caso de la hotelería basta con que un hotel de prestigio implemente una ecoetiqueta, para que la competencia sea seguidora de dicha conducta (Chamorro, 2004).

Tal como señalan Del Brío y Junquera (2001) la presión de costos derivados de impuestos, multas, permisos en materia de regulación medioambiental y el deseo de asegurar el cumplimiento con la normatividad vigente (Nieto y Fernández, 2004; Montaña y Chavarría, 2007) ha influido significativamente en el uso de ecoetiquetas como estrategias ambientales.

Por su parte, la presión de los huéspedes, de la competencia, de los inversores y la normatividad vigente, son variables que impulsan externamente a los hoteles y pesan en la toma de decisiones, específicamente en la adopción de mecanismos como son las ecoetiquetas.

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## Conclusiones

El turismo es un fenómeno generador de dinero, empleo y muchos otros beneficios que resultan notables para la comunidad. Sin embargo esto ha tenido efectos colaterales graves para el entorno del medio ambiente.

El deterioro del entorno natural como resultado de las prácticas turísticas, es un tema que en los últimos años ha despertado interés no sólo a los grupos ambientalistas, sino también a organizaciones que se encargan de proveer el servicio. Como acuña Hutchinson (1996) la destrucción es silenciosa si se compara con el sector manufacturero, sin embargo existe. En ese contexto se encuentran esquemas que verifican y dan certeza a las buenas prácticas, tales como las ecoetiquetas.

Las organizaciones turísticas, específicamente los hoteles, cada vez más consideran la dimensión medioambiental al diseñar sus estrategias empresariales, en la búsqueda deliberada de obtener una ventaja competitiva y de esta manera expandir su mercado.

En las clasificaciones de estrategias medioambientales se consideran en general dos extremos, las proactivas o preventivas y las reactivas o defensivas. Las primeras son impulsadas en el interior de la empresa y las segundas son impulsadas a partir de presiones externas a ella. De las variables que fueron consideradas en esta investigación como influyentes para la adopción de una ecoetiqueta, se evidenció que el ahorro de costos no es una razón significativa en la adopción de instrumentos como las ecoetiquetas, lo que es coincidente con lo que encuentra Christmann (2000). Con ello se concluye que en el sector hotelero, en el caso de México y Costa Rica, no se identifica a las ecoetiquetas como mecanismos para potencializar la rentabilidad.

Si bien se han obtenido beneficios en la mejora de la imagen y reputación del hotel, a partir de la adopción de estrategias medioambientales, los resultados obtenidos indican que aún no es determinante como una razón para adoptar una ecoetiqueta.



## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Sin embargo, los valores, creencias y estilos de dirección de los encargados de la gestión en los hoteles, así como legitimar las prácticas que dichos hoteles han puesto en marcha, son factores que influyen e impulsan internamente a los hoteles, en la decisión de adoptar una ecoetiqueta. La diversificación de las necesidades de los inversionistas, huéspedes, la competencia y la estricta normatividad orientada a la demanda de un turismo especializado, también han influido significativamente ejerciendo presión para la implementación de ecoetiquetas que legitimen el bajo o nulo impacto ambiental que se deriva de sus prácticas turísticas.

Considerando los factores internos y externos, como influyentes en la decisión de adoptar una ecoetiqueta, en el caso de México y Costa Rica los hoteles tienden a ser influenciados por el factor externo y se definen en tres grupos: Presión Externa baja, Presión Externa Media y Presión Externa Alta. Los hoteles que adoptan a una ecoetiqueta principalmente son presionados externamente en el caso de Costa Rica la presión va de media a baja y prefieren implementar a la ecoetiqueta nacional. En México la presión es alta, los hoteles han adoptado a diversas ecoetiquetas principalmente por sentir presión externa alta, y han decidido adoptar a la ecoetiqueta Green Globe que a su vez es considerada costosa.

Lo que se aprecia en esta investigación es que si bien existen factores tanto externos como internos que influyen en la hotelería al adoptar una ecoetiqueta, son los externos los determinantes para la adopción en el caso de México y Costa Rica, estos influyen en baja, mediana y alta medida en cada uno de ellos. Los factores internos no han adquirido importancia en la toma de decisiones al realizar estrategias ambientales.

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## Limitaciones del estudio

Como se mencionó y razonó anteriormente, el estudio gira alrededor de la industria de la hospitalidad. Inicialmente la investigación se centró en el análisis de hoteles en México, pero el bajo porcentaje de respuesta por parte de los encargados de la gestión medioambiental de hoteles con ecoetiquetas se convirtió en una limitante para la aplicación del método e instrumento utilizado. En un trabajo de cuatro meses sólo se documentó la experiencia de 28 casos y atendiendo que para el método de análisis utilizado, el número mínimo requerido era de 40 casos se optó por ampliar el universo de observación. Considerando que en Costa Rica el uso de las ecoetiquetas ha tenido una muy amplia aceptación en el subsector hotelero, se integró su experiencia a la de hoteles en México.

Con la redefinición del universo se obtuvo la documentación de 57 casos, que representan el 18% del total de establecimientos a los que se solicitó su participación en la investigación. Con la cantidad de casos registrados válidos para ésta investigación, la limitante para extrapolar o generalizar los resultados a otros entornos deberá de considerar el obtener al menos 100 casos. De igual forma el hecho de que el instrumento fue contestado por aquellos que voluntariamente lo decidieron hacer, indica que la existencia de cierta proactividad hacia las ecoetiquetas, lo que puede llevar a un sesgo en sus respuestas.

En este estudio, el análisis recae en la oferta turística, dejando a un lado la demanda. Para obtener información holística de la situación en México y Costa Rica, se debe de contemplar de igual forma a la demanda.

En el análisis no se incorporó la situación de los operadores, cadenas de abastecimiento, gobierno y turistas entre otros. Se tomaron en cuenta sólo cuatro ecoetiquetas turísticas que son utilizadas en ambos países.

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

## Líneas futuras de investigación

La investigación realizada ha dejado líneas abiertas para investigaciones que en el futuro pueden ser consideradas. Entre las que se consideran relevantes están:

- Analizar la correlación entre la adopción de ecoetiquetas y el beneficio económico, social y ambiental obtenido a partir de ella.
- Analizar otros subsectores turísticos, como operadores, cadenas de abastecimiento, gobierno, turistas entre otros que han adoptado una ecoetiqueta.
- Analizar otras ecoetiquetas que no se consideraron en esta investigación y verificar su coincidencia con el resultado de esta investigación.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

### REFERENCIAS

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

### Referencias

Al-Tuwarijri, S.A., Christensen, T.E. y Hughes-li, K.E. (2004) "The relations among environmental disclosure, environmental performance, and economic performance: a simultaneous equations approach", *Accounting, organizations and society*, vol.29, núm. 5, 447-471 pp.

Álvarez, M.J., De Burgos, J. y Céspedes, J.J. (1999) "Estrategia Medioambiental, contexto organizativo y rendimiento: Los establecimientos hoteleros españoles." *Serie de Economía de la Empresa*, vol. 05, 99-14 pp.

Álvarez, M.J., De Burgos, J. y Céspedes, J.J. (2001). "An analysis of environmental management, organizational context and performance of Spanish hotels." *Omega*, vol. 29, núm. 6, 457-471 pp.

Aragón-Correa, J.A. y Rubio-López, E. (2007) "Proactive corporate environmental strategies: myths and misunderstandings." *Long Range Planning*, vol. 40, núm. 3, 357-381 pp.

Ayuso, S. (2007) "Comparing voluntary policy instruments for sustainable tourism: the experience of the Spanish hotel sector." *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 15, núm. 2, 144-159 pp..

Bansal, P. y Clelland, I. (2004) "Talking Trash: Legitimacy, Impression Management, and Unsystematic Risk in the Context of the Natural Environment." *The Academy of Management Journal*, vol. 47 núm. 1, 93-103 pp..

Bansal, P. y Roth, K. (2000) "Why companies go green: a model of ecological responsiveness." *Academy of Management Journal*, vol. 43, núm. 4, 717-736 pp.

Bien, A. (2012) *Avances en la nueva norma internacional de ISO sobre alojamientos amigables con el ambiente*. (En línea). Disponible en: <http://www.canaeco.org/pdf/norma-iso-amos->

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

[bien.pdf](#). [Consultado el 05 de octubre de 2012]

Bonilla M.J., Nájera, J.J. y Font, X. (2011) "Environmental management decision-making in certified hotels." *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 19 núm. 3, 361-381 pp.

Brundtland, G. H. (1987) *Report of the World Commission on Environment and Development-Our Common Future*. United Nations General Assembly, New York.

Buckley, R. (2002a) "Tourism Ecolabels." *Annals of Tourism Research*, vol. 29, 183-208 pp.

Buckley, R. (2002b) "Research Note: Tourism Eco certification in the International Year of Ecotourism." *Journal of Ecotourism*, vol. 1, nos. 2 y 3, 197-203 pp.

Buysse, K. y Verbeke. A. (2003) "Proactive environmental strategies: a stakeholder management perspective." *Strategic Management Journal*, vol. 24, núm 5, 453-470 pp.

Cardoso, C. (2009) *Turismo Sostenible, una revisión conceptual aplicada* Universidad Autónoma de México. (En línea). Disponible en <http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev11/1a.htm> [Consultado el 22 de agosto de 2012]

Carmona, E., Céspedes, J. y De Burgos, J. (2004) "Environmental strategies in Spanish hotels: contextual factors and performance" *The Service Industries Journal*, vol. 24, núm. 3, 101-130 pp.

Chamorro, A. (2004) "Factores determinante de la adopción de una ecoetiqueta como instrumento de marketing. *ESIC MARKET*, vol. 04, 189-208 pp.

Chan, W. (2005) "Partial analysis of the environmental costs generated by hotels in Hong Kong." *International Journal of Hospitality Management*, vol. 24, núm. 4, 517-531 pp.

Chan, E. (2008) "Barriers to EMS in the hotel industry." *International Journal of Hospitality Management*, vol. 27, núm. 2, 187-196 pp.

Chan, W. y Lam, J.C. (2003) "Energy-saving supporting tourism sustainability: A case study of

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

hotel swimming pool heat pump." *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 11, núm. 1, 74-83 pp.

Chan, E. y Wong, S. (2006) "Motivations for ISO 14001 in the hotel industry." *Tourism Management*, vol. 27, núm 3, 481-492 pp.

Choi, T. y Chu, R. (2001) "Determinants of hotel guests' satisfaction and repeat patronage in the Hong Kong hotel industry." *International Journal of Hospitality Management*, vol. 20, núm. 3, 277-297 pp.

Christmann, P. (2000) "Effects of "best practices" of environmental management on cost advantage: The role of complementary assets." *Academy of Management Journal*, vol. 43, núm. 4, 663-680 pp.

Christou, E. (2003) "Guest loyalty likelihood in relation to hotels' corporate image and reputation: a study of three countries in Europe." *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, vol. 10, núm. 3-4, 85-99 pp.

Chumpitaz, R., Andreú, L., Swaen, V. y Bigné, E. (2005) "Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis cross-cultural." *Universia Business Review*, núm. 05, 14-27 pp.

Cohen, M., Fenn, S. y Naimon, J. (1995) *Environmental and financial performance: are they related?* Investor Responsibility Research Center, Environmental Information Service, 1995.

Cordeiro, J. y Sarkis, J. (1997) "Environmental proactivism and firm performance: evidence from security analyst earnings forecasts." *Business Strategy and the Environment*, vol. 6, núm. 2 , 104-114 pp.

De Burgos, J., Lorente, J. y Céspedes, J. (2001) "La protección ambiental y el resultado: Un análisis crítico de su relación." *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 7, núm. 2, 93-108 pp.

Del Brío, J.A. y Junquera, B. (2001) "Factores inductores del comportamiento medioambiental en las empresas industriales españolas", *Revista de Economía y Empresa*, vol. 15, núm. 41, 75-

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

96 pp.

Ecolabel Index (2013). *Ecolabel Index*. (En línea) Disponible en [www.ecolabelindex.com/](http://www.ecolabelindex.com/) [Consultado el 25 de junio de 2013]

El Dief, M. y Font, X. (2010) "The determinants of hotels' marketing managers' green marketing behaviour", *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 18, núm. 2, 157-174 pp.

El Dief, M. y Font, X. (2011) "Determinants of environmental management in the Red Sea Hotels: personal and organizational values and contextual variables", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 36, núm. 1, 115-137 pp.

Energy Solution for Hotels (2014) *Statistics*. (En línea) Disponible en <http://www2.unwto.org/es/category/related/unwto/projects/hotel-energy-solutions> [Consultado el 10 de enero de 2014]

Font, X. y Bendell, J. (2002) *Standards for Sustainable Tourism for the Purpose of Multilateral Trade Negotiations: Studies on Trade in Tourism Service for the World Tourism Organization (WTO)*, Leeds: Leeds Metropolitan University.

Font, X. y Buckley, R. (Eds.) (2001) *Tourism ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management*. Wallingford: CAB International

Frey, N. y Richard, G. (2009) "Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry" *Tourism Management*, vol. 31, 621-628 pp.

Garcés, C. y Cañón, J. (2006) "Repercusión económica de la certificación medioambiental ISO 14001." *Cuadernos de Gestión*, 2006, vol. 6, núm 1, 45-62.

Gilley, K.M., Worrell, D.L., Davinson, W.N. y El-Jelly, A. (2000) "Corporate environmental initiatives and anticipated firm performance: the differential effects of process-driven versus product-driven greening initiatives." *Journal of management*, vol. 26, núm. 6, 1199-1216 pp.



## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

González, M. y León, C.J. (2001) "The adoption of environmental innovations in the hotel industry of Gran Canaria. *Tourism Economics*, vol. 7, núm 2, 177–190 pp.

González-Benito, J. y González-Benito, O. (2005) Environmental proactivity and business performance: an empirical analysis. *Omega*, vol. 33, núm 1, 1-15 pp.

Goodwin, H. (2007) *No water, No Future. International Centre for Responsible Tourism* Leeds: Leeds Metropolitan University

Goodwin, H. y Justin, F. (2003) "Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK." *Journal of Vacation Marketing*, vol. 9 núm. 3, 271-284 pp.

Green Globe (2013). *Benefits*. (En línea). Disponible en: <http://greenglobe.com/benefits/>. Green [Consultado el 17 de enero de 2014]

Grodsky, J. (1993) "Certified Green: The Law and Future of Environmental Labeling". *Yale Journal of Regulation*, vol. 10, núm. 1, 147-227 pp.

Hamilton, J. (1995) Pollution as news: media and stock market reactions to the toxics release inventory data. *Journal of environmental economics and management*, vol. 28, núm. 1, 98-113 pp.

Hart, S. y Ahuja, G. (1996) "Does it pay to be green? An empirical examination of the relationship between emission reduction and firm performance." *Business strategy and the Environment*, vol. 5, núm. 1, 30-37 pp.

Hernández, R., Fernandez, C. y Baptista, P. (2002). *Metodología de la Investigación 3ed.* McGraw-Hill Interamericana. México, D.F.

Holcomb, J., Upchurch, R., Okumus, F. (2007) "Corporate social responsibility: what are top hotel companies reporting?" *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 19, núm. 6, 461 – 475 pp.

Honey, M. y Rome, A. (2001). *Protecting paradise: certification programs for sustainable*

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

*tourism and ecotourism*. Institute for Policy Studies. Washington.

Hutchinson, C. (1996) "Integrating environmental policy with business strategy" *Long Range Planning*, vol. 29, núm. 1, 11-23 pp.

Ibanez, L. y Grolleau, G. (2008) "Can Ecolabelling Schemes Preserve the Environment?" *Environmental Resource Econ*, vol. 40, 233-249 pp.

ISO (2012). *International Organization for Standardization: ISO 14020*. (En línea) Disponible en: [http://www.iisd.org/business/markets/eco\\_label\\_iso14020.aspx](http://www.iisd.org/business/markets/eco_label_iso14020.aspx). [Consultado el 09 de noviembre de 2012].

King, A. y Lenox, M. (2002) "Exploring the locus of profitable pollution reduction." *Management Science*, vol. 48, núm. 2, 289-299 pp.

Klassen, R. D. y McLaughlin, C.P. (1996) "The impact of environmental management on firm performance." *Management science*, vol. 42, núm. 8, 1199-1214 pp.

Klassen, R. D. y Whybark, D. C. (1999) "The impact of environmental technologies on manufacturing performance." *Academy of Management journal*, vol. 42, núm. 6, 599-615 pp.

Link, S. y Naveh, E. (2006) "Standardization and discretion: does the environmental standard ISO 14001 lead to performance benefits?" *Engineering Management, IEEE Transactions on*, vol. 53, núm. 4, 508-519 pp.

Martínez, E. E. V., y Linares, A. A. O. (2012). "Responsabilidad ambiental empresarial: el caso de" Hotelera Posadas". *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, núm. 22, 163-188 pp.

Meadows, D., Randers J. y Meadows D. (1972). *The limits to growth*. Universe Books, New York. (Traducción: Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1972)

Melnyk, S.A., Sroufe, R.P. y Calantone, R. (2003) "Assessing the impact of environmental management systems on corporate and environmental performance." *Journal of Operations*

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

*Management*, vol. 21, núm. 3, 329-351 pp.

Menguc, B. y Ozanne, L.K. (2005) "Challenges of the "green imperative": a natural resource-based approach to the environmental orientation–business performance relationship." *Journal of Business Research*, vol. 58, núm. 4, 430-438 pp.

Miles, M. y Munilla, L. (1995) "The Eco Marketing Orientation: An Emerging Business Philosophy" *Journal of Marketing Theory and Practice*, 43-51 pp.

Molina-Azorín, J.F., Claver-Cortes, E., Pereira-Moliner, J. y Tarí, J.J. (2009) "Environmental practices and firm performance: an empirical analysis in the Spanish hotel industry." *Journal of Cleaner Production*, vol. 17 núm. 5, 516-524 pp.

Montabon, F. Sroufe, R. y Narasimhan, R. (2007) "An examination of corporate reporting, environmental management practices and firm performance." *Journal of Operations Management*, vol. 25, núm. 5, 998-1014 pp.

Montaño, A. y Chavarría, C. (2007) "La gestión medioambiental en las empresas rurales como estrategia de diferenciación competitiva" *El comportamiento de la empresa ante entornos dinámicos: XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM*

Nieto, M. y Fernández, R. (2004) "Responsabilidad Social Corporativa: la última innovación en management" *Universia Business Review*, núm. 1, 28-39 pp.

ONU (2012) *Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Disponible en: [http://www.onu.org.mx/objetivos\\_de\\_desarrollo\\_del\\_milenio.html](http://www.onu.org.mx/objetivos_de_desarrollo_del_milenio.html) [Consultado el 11 de diciembre de 2012]

Ottman, J. (1995) "Today's consumers: turning lean and green" *Marketing News*, vol. 29, núm. 23, p. 12

Pérez, M.(2004) *Manual del Turismo Sostenible: Como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. España. Ediciones Mundi-Prensa.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Periódico Viaje (2012) *Hoteles Hidro Sustentables, una realidad*. (En línea) Disponible en <http://periodicoviaje.com/hoteleria/449/Hoteles-Hidro-Sustentables-una-realidad> [Consultado el 25 de junio de 2013]

Pleumaron, A. (1999) "Turismo, Globalización y desarrollo sustentable" .*Revista del Sur*, núm. 91 1-9 pp.

Porter, M. y Van Der Linde, C. (1995) Green and competitive: ending the state debate. *Harvard Business Review*, 1995, vol. 73, núm 5, 120-134 pp.

PROFEPA (2013) *Cuenta la PROFEPA con 64 hoteles certificados en calidad ambiental turística*. (En línea) Disponible en [http://www.profepa.gob.mx/innovaportal/v/3653/1/mx.wap/cuenta\\_la\\_profepa\\_con\\_64\\_hoteles\\_certificados\\_en\\_calidad\\_ambiental\\_turistica.html](http://www.profepa.gob.mx/innovaportal/v/3653/1/mx.wap/cuenta_la_profepa_con_64_hoteles_certificados_en_calidad_ambiental_turistica.html) [Consultado el 25 de junio de 2013]

Quazi, H. (2000) "Implementation of an environmental management system: the experience of companies operating in Singapore", *Industrial Management & Data Systems*, vol. 99, núm. 7, 302-311 pp.

Rivera, J. (2002) "Assessing a voluntary environmental initiative in the developing world: The Costa Rican Certification for Sustainable Tourism." *Policy Sciences*, vol. 35, núm. 4, 333-360 pp.

Roome, N. (1992) "Developing Environmental Management Strategies" *Business Strategy and the Environment*, vol. 1, núm. 1, 11-24 pp.

Russo, M. y Fouts, P. (1997) "A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability." *Academy of Management Journal*, vol. 40 núm. 3, 534-559 pp.

Sallows, M. y Font, X. (2004) "Ecotourism certification criteria and procedures: implications for ecotourism planning and environmental management". In Diamantis, D. (Ed) *Ecotourism Management and Assessment*, London: Thomson.

Sancho, A., García, G. y Rozo, E. (2007) "Comparativa de Indicadores de Sostenibilidad para

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Destinos Desarrollados, en Desarrollo y con Poblaciones Vulnerables” *Annals of Tourism Research en Español*, vol. 9, núm. 1, 150-177 pp.

Santander-Botello, L.C. (2003) “El impacto social de las ecoetiquetas turísticas” En Desarrollo Sustentable del Turismo: Contribuciones académicas del 1er. Congreso Internacional 21 al 23 de Mayo de 2003 Cancún Quintana Roo. Chetumal: México. Universidad de Quintana Roo.

Sharma, S. y Vredenburg, H. (1998) “Proactive corporate environmental strategy and the development of competitively valuable organizational capabilities.” *Strategic Management Journal*, vol. 19, núm. 8, 729-753 pp.

Suchman, M. (1995) Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 1995, vol. 20, núm 3, 571-610 pp.

Synergy (2000) *Tourism Certification: An Analysis of Green Globe 21 and Other Certifications Programs*. Godalming: WWF UK.

Tsai, W., Hsu, J.L., Chen, C.H., Lin, W.R. y Chen, S.P. (2010) An integrated approach for selecting corporate social responsibility programs and costs evaluation in the international tourist hotel. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 9, núm 3, 385-396 pp.

Tzschentke, N., Kirk, D. y Lynch, P.A. (2004) “Reasons for going green in serviced accommodation establishments.” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 16, núm 2, 116–124 pp.

Uriel, E. (1995) Análisis de datos. Series temporales y análisis Multivariante. Madrid: Editorial AC.

Uriel, E., Aldás, J. (2005): *Análisis Multivariante Aplicado*. Madrid: Thomson

Vicente, M.A. y Ruiz, M. (2002) “Factores determinantes de la integración de la variable medio ambiente en los planteamientos de la economía de la empresa y el marketing.” *Cuadernos de Gestión*, vol. 1, núm. 2, 71-84 pp.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

Wagner, M., Van Phu, N., Azomahou, T. y Wehrmeyer, W. (2002) "The relationship between the environmental and economic performance of firms: an empirical analysis of the European paper industry." *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol. 9, núm. 3, 133-146 pp.

Wagner, M. (2005) "How to reconcile environmental and economic performance to improve corporate sustainability: corporate environmental strategies in the European paper industry." *Journal of environmental management*, vol. 76, núm. 2, 105-118 pp.

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

---

**ANEXOS**

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

## Anexos

### Anexo 1: Lista de hoteles encuestados

HOTELES ENCUESTADOS										
Nombre del Hotel	Puesto del entrevistado	Hotel Hidro Sustentable		Green Globe		Certificación Calidad Ambiental Turística		Certificación en Turismo Sostenible		Año en el que se obtuvo la ecoetiqueta
		Posee	Ya no la posee	Posee	Ya no la posee	Posee	Ya no la posee	Posee	Ya no la posee	
Pueblo bonito Emerald Bay	Gerente de mantenimiento					✓				2014
City Express EBC Reforma	Supervisor de Mantenimiento Zona Centro	✓								2012
City Express El Ángel-Reforma	Supervisor de Mantenimiento Zona Centro	✓								2012
Viva Wyndham Maya	Gerente de Capacitación			✓						2003
Viva Wyndham Azteca	Gerente de Capacitación			✓						2005
Club de Playa Pichilengue Diamante, Muelle	Gerente de Mantenimiento					✓				2011
Sea Garden-Desarrollo Turístico Mayan Palace	Ingeniero de Mantenimiento					✓				2004
Holiday Inn Universidad	Gerente de mantenimiento	✓				✓				2012
Hidden Beach Resort Hotel	Gerente de Calidad			✓						2012
Le Blanc	Biólogo					✓				2012
Isla Mujeres Palace	Ingeniero de Mantenimiento						✓			2009
Dreams Cancún Resort & Spa	Coordinador Ambiental					✓				2010 y 2012
Azul Sensatori by Karisma	Gerente de Calidad			✓						2012
Azul Fives Hotel	Gerente de Calidad			✓						2012
Azul Beach Hotel	Gerente de Calidad			✓						2012
El Dorado Seaside Suites	Gerente de Calidad			✓						2012
El Dorado Maroma by Karisma	Gerente de Calidad			✓						2012
El Dorado Royale & El Dorado Casitas Royale	Gerente de Calidad			✓						2012
Fiesta Inn Pachuca	Ingeniero de Mantenimiento					✓				2012
Hotel Meliá México Reforma	Supervisor de Energía	✓								2012
Beach Palace	Asistente de Mantenimiento			✓		✓				2009 / 2007



## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

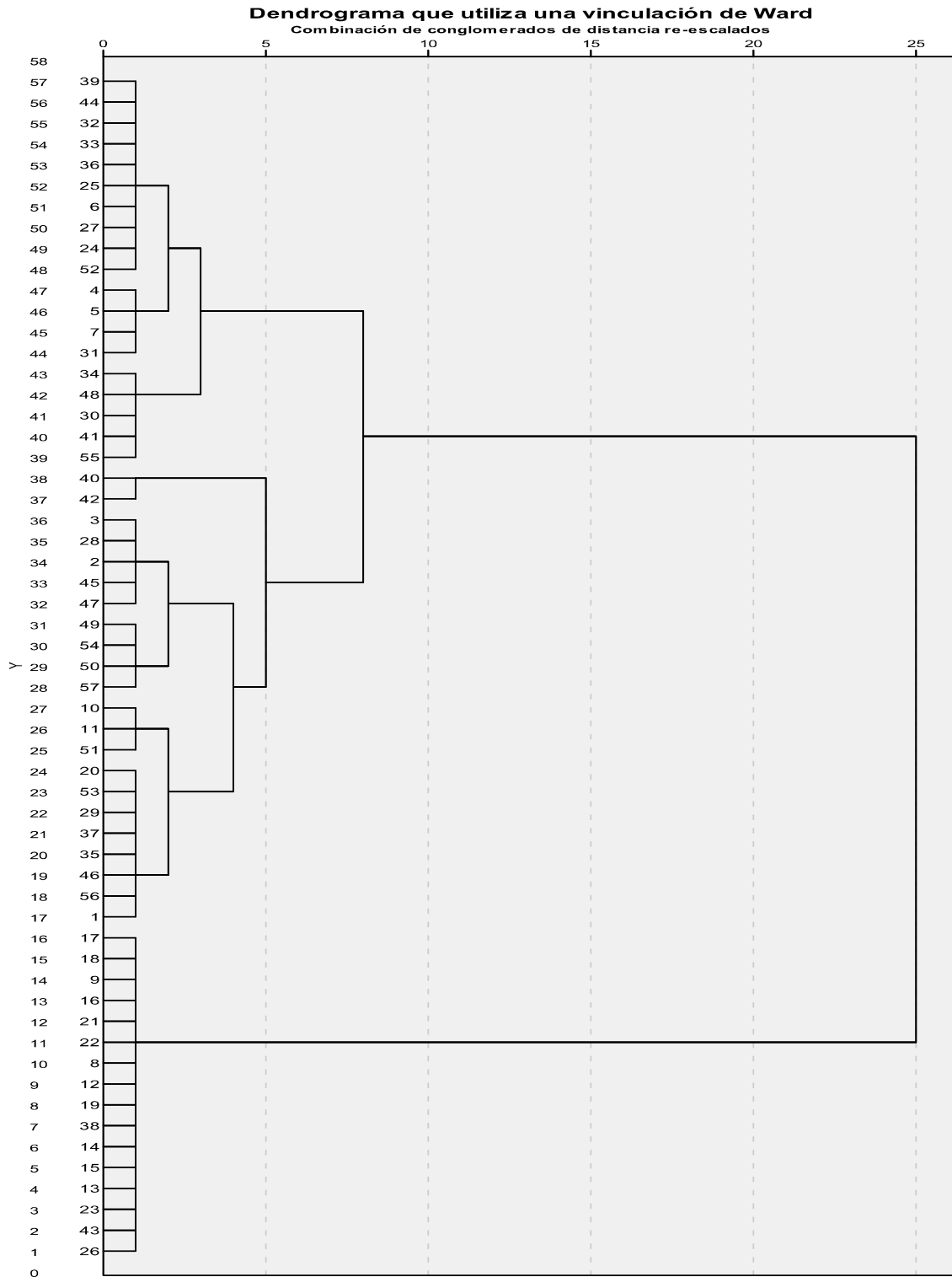
HOTELES ENCUESTADOS										
Nombre del Hotel	Puesto del entrevistado	Hotel Hidro Sustentable		Green Globe		Certificación Calidad Ambiental Turística		Certificación en Turismo Sostenible		Año en el que se obtuvo la ecoetiqueta
		Posee	Ya no la posee	Posee	Ya no la posee	Posee	Ya no la posee	Posee	Ya no la posee	
Fiesta Inn Ciudad Juárez	Ingeniero de Mantenimiento					✓				2012
Fiesta Inn Tuxtla Gutiérrez	Ingeniero de Mantenimiento					✓				2011
Fiesta Americana Grand Los Cabos	Ingeniero de Mantenimiento						✓			2012
NH Centro Histórico	Ing. Mantenimiento		✓							2012
Holiday Inn Coyoacán	Ingeniero de Mantenimiento	✓								2011
Fiesta Inn Insurgentes	Ingeniero de Mantenimiento	✓				✓				Variable
City Express	Supervisor de Mantenimiento Zona Centro	✓								2012
Selva Verde Lodge	Assist. Manager							✓		2012
Rara Avis Rainforest Lodge and Reserve	Gerente							✓		2012
Arenal kioro Suites and Spa.	Gerente de Recursos Humanos Y Sostenible							✓		2008
Hotel Aeropuerto	Gerente de Mercadeo							✓		2010
Rancho La Botija /Hotel de Montaña	Administración							✓		2012
Hotel Arenal Springs Resort & Spa	Asistente de Gerencia							✓		2007
HOTEL LUNA LLENA	DUEÑO							✓		2011
Catarata Eco Lodge	Dueño							✓		2005
Hotel Terraza del Pacífico	Encargado de Reservas							✓		2012
Finca Luna Nueva Lodge	Recepcionista y Encargado de Certificación							✓		2012
Bosque del Cabo Rainforest Lodge	Sostenibilidad/Reservas							✓		2010
Bosque de Paz Lodge y Reserva Biológica	Propietaria y Directora General							✓		2012
Nacientes palmichal	Gerente							✓		2012
Hotel Almendros y Corales	Junior Manager							✓		1999
XANDARI RESORT & SPA	Encargado del Depto. de Sostenibilidad							✓		2007
CASA SABANA NORTE B&B	DUEÑO								✓	2011
Hotel & Spa Poco a Poco	Gerente general							✓		2007, 2009.
Golfo Dulce Lodge	Gerente							✓		2008

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

HOTELES ENCUESTADOS										
Nombre del Hotel	Puesto del entrevistado	Hotel Hidro Sustentable		Green Globe		Certificación Calidad Ambiental Turística		Certificación en Turismo Sostenible		Año en el que se obtuvo la ecoetiqueta
		Posee	Ya no la posee	Posee	Ya no la posee	Posee	Ya no la posee	Posee	Ya no la posee	
Parador Resort & Spa	Gerente Residente//Director Comercial							✓		2008
Hotel Capitán Suizo	Asistente de Sostenibilidad							✓		2010
Laguna del Lagarto Lodge	Owner								✓	2006
Posada Rural Cerro Escondido	Director Ejecutivo							✓		2012
Hilton Papagayo	Human Resources Director							✓		2007
Hotel Flor blanca	Coordinadora en Sostenibilidad							✓		2010
Posada de Turismo Rural Danta Corcovado Lodge	Gerente General							✓		2011
Lapa Ríos	ELCR Manager							✓		2002
Hotel Belmar	Encargada del departamento de Sostenibilidad							✓		2002
Los Pinos - Cabañas & Jardines	Gerente General							✓		2013
Pacuare Lodge	Sostenibilidad							✓		2010

# Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

## Anexo 2: Dendograma



## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

### Anexo 3: Comparaciones múltiples

#### Comparaciones múltiples

HSD de Tukey

Variable dependiente	(I) Ward Method	(J) Ward Method	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
						Límite inferior	Límite superior
Legitimar	1	2	-,050	,708	,997	-1,76	1,65
		3	-1,494	,742	,119	-3,28	,29
	2	1	,050	,708	,997	-1,65	1,76
		3	-1,444	,767	,153	-3,29	,40
	3	1	1,494	,742	,119	-,29	3,28
		2	1,444	,767	,153	-,40	3,29
ValoresPersGestores	1	2	-,423	,546	,720	-1,74	,89
		3	-,943	,573	,236	-2,32	,44
	2	1	,423	,546	,720	-,89	1,74
		3	-,520	,592	,656	-1,95	,91
	3	1	,943	,573	,236	-,44	2,32
		2	,520	,592	,656	-,91	1,95
PresionInversores	1	2	1,050	,650	,248	-,52	2,62
		3	-5,006*	,682	,000	-6,65	-3,36
	2	1	-1,050	,650	,248	-2,62	,52
		3	-6,056*	,704	,000	-7,75	-4,36
	3	1	5,006*	,682	,000	3,36	6,65
		2	6,056*	,704	,000	4,36	7,75
PresionClientes	1	2	2,751*	,596	,000	1,32	4,19
		3	-4,153*	,625	,000	-5,66	-2,65
	2	1	-2,751*	,596	,000	-4,19	-1,32
		3	-6,905*	,645	,000	-8,46	-5,35
	3	1	4,153*	,625	,000	2,65	5,66
		2	6,905*	,645	,000	5,35	8,46
ImitarCompetencia	1	2	4,725*	,510	,000	3,50	5,95
		3	-2,153*	,535	,001	-3,44	-,86
	2	1	-4,725*	,510	,000	-5,95	-3,50
		3	-6,878*	,553	,000	-8,21	-5,55
	3	1	2,153*	,535	,001	,86	3,44

## Hoteles de México y Costa Rica: Factores que influyen en la adopción de una ecoetiqueta

		2	6,878*	,553	,000	5,55	8,21	
PresionNormatividad	1	2	2,770*	,646	,000	1,21	4,33	
		3	-4,358*	,678	,000	-5,99	-2,72	
		2	1	-2,770*	,646	,000	-4,33	-1,21
			3	-7,128*	,700	,000	-8,82	-5,44
		3	1	4,358*	,678	,000	2,72	5,99
			2	7,128*	,700	,000	5,44	8,82

\*. La diferencia de medias es significativa al nivel .05.