

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA COMERCIAL

TURISMO SUSTENTABLE EN HOSTELES Y HOSTALES DE VIÑA DEL MAR Y

VALPARAÍSO, QUINTA REGIÓN

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR

ISABEL IGNACIO AGUILERA

PROFESOR GUÍA

JUAN TAPIA

FECHA

VALPARAÍSO, DICIEMBRE, 2018.

AGRADECIMIENTOS

Desarrollar la memoria de título fue un gran desafío, en momentos se volvió dificultoso su realización, pero gracias a las herramientas obtenidas durante toda mi etapa universitaria, pude desenvolverme adecuadamente a cada obstáculo presentado. Por otro lado, la magnitud del aporte de esta investigación no hubiese sido la misma sin la participación de determinadas personas, ya sea con su colaboración directa con este estudio, como también, las personas que me han entregado todo su apoyo y contención en toda esta etapa.

Para empezar, quiero agradecer a mi profesor guía, Juan Tapia, por estar presente en cada momento que solicité su ayuda con respecto al desarrollo de mi memoria de título. Cada vez que requerí su opinión sobre mis avances, fue capaz de darme consejos para la mejora de mi investigación. También doy una mención honrosa a la Universidad Técnica Federico Santa María por entregarme una excelente formación académica y por acompañarme en toda mi vida universitaria.

Gracias a todos los dueños, gerentes, administradores y recepcionistas de hoteles y hostales a quienes entrevisté en mi investigación. Agradezco su buena disposición al momento de solicitar su ayuda.

Y finalmente, doy un profundo agradecimiento a todas mis amigas por estar siempre presente cuando necesité un consejo, y principalmente a mi familia que constantemente me entregó su apoyo incondicional, destaco a mi madre y a mi padre por siempre guiarme y confiar en que lograría cumplir esta etapa. Muchas gracias a todos.

CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	5
2. INTRODUCCIÓN.....	8
3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
4. OBJETIVOS.....	12
4.1 Objetivo General.....	12
4.2 Objetivos Específicos	12
5. MARCO TEÓRICO	13
5.1 Evolución de las emisiones de CO2 en Chile.....	13
5.2 Emisiones de CO2 causadas por el turismo.....	16
5.2.1 Emisiones de CO2 causadas por alojamientos en hoteles.....	18
5.3 Turismo en Chile	19
5.3.1 Pernoctaciones de turistas en Chile.....	21
5.4 Turismo sustentable	24
5.5 turismo sustentable en chile.....	29
5.6 Turismo sustentable en hoteles y hostales de Chile.....	35
5.6.1 Distinción en Turismo Sustentable o El Sello S	36
5.7 País con avance en las medidas de sustentabilidad.....	44
5.7.1 Dinamarca y sus medidas de sustentabilidad	44
6. METODOLOGÍA.....	58
6.1 Necesidad de información	58
6.2 Estudio a realizar	58
6.3 Descripción del instrumento y justificación	59
6.4 Muestra	61

6.5 Recursos Necesarios y Planificación de investigación de campo.....	63
7. RESULTADOS	64
7.1 Metodología del Análisis	64
7.2 Análisis de los resultados.....	66
7.3 Conceptos y Constructos	73
7.4 Variables y Atributos	78
7.5 Principales hallazgos.....	81
7.6 Propuesta.....	83
8. DISCUSIÓN.....	90
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
10. LIMITACIONES DEL ESTUDIO	93
11. REFERENCIAS	94
12. ANEXOS	98
12.1 Confección Entrevista en Profundidad	98
12.2 Presentación del entrevistador	100
12.3 Tabla Resumen	101
12.4 Lista de Hoteles y Hostales entrevistados.....	102

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Concepto de Sustentabilidad. Fuente: (BIOGUIA, 2016).....	25
Ilustración 2: Prácticas de sustentabilidad hacia el medioambiente. Fuente: (Santiago Convention Bureau, 2011).....	30
Ilustración 3: Modelo Funnel. Fuente: Elaboración propia.....	61
Ilustración 4: Constructo "Obtención del Sello S". Fuente: Elaboración propia.....	77

Ilustración 5: Constructo "Decisión medidas de Sustentabilidad". Fuente: Elaboración propia.	78
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Emisiones de CO2 en Chile entre 1960-2014. Fuente: Elaboración propia a partir de (Banco mundial, 2018).	13
Gráfico 2: Porcentaje de CO2 que aporta cada sector en Chile. Fuente: Elaboración propia a partir de (Ministerio del Medio Ambiente, 2016).	15
Gráfico 3: Llegadas de turistas a Chile entre los años 2008-2017. Fuente: Elaboración propia a partir de (Sernatur, 2018).....	20
Gráfico 4: Pernoctación de turistas en Chile entre los años 2008-2017. Fuente: Elaboración propia a partir de (INE, 2018) y (INE, 2015).	21
Gráfico 5: Pernoctaciones de turistas en la Región de Valparaíso entre los años 2008-2017. Fuente: Elaboración propia a partir de (INE, 2015) y (INE, 2018).....	23

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tiempos de Auditoría por el N° de Habitación. Fuente: (Turismo Sustentable Chile, 2018).....	43
Tabla 2: Tiempos de Auditoría por el N° de Empleados. Fuente: (Turismo Sustentable Chile, 2018).....	43

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio corresponde a una investigación de tipo cualitativa exploratoria. La motivación principal de la ejecución de esta memoria es saber si los hoteles u hostales de Valparaíso y Viña del mar están efectuando en sus servicios medidas de sustentabilidad, con el objetivo de diseñar una propuesta para incentivar a todos estos establecimientos a implementar medidas para cuidar el medio ambiente y así disminuir la huella de carbono.

La metodología que se utilizó, fue realizar una entrevista en profundidad, por tanto, se inició con la construcción de preguntas usando la estructura funnel, es decir, que van desde un tema general a uno particular, para luego comenzar con las entrevistas a dueños, gerentes, administradores o recepcionistas de hoteles u hostales. Después, de obtener las 30 entrevistas realizadas, se prosiguió con la transcripción de éstas, en seguida, de finalizada las transcripciones, se comenzó el análisis de cada entrevista por separado, para que finalmente se hiciera un análisis global.

Los principales Hallazgos encontrados en esta investigación fueron, en primera instancia, *La importancia del reciclaje*, uno de los puntos clave a la hora de iniciar medidas de sustentabilidad en los hoteles u hostales, es el reciclaje, todos los entrevistados señalaron que es el acto más fácil para comenzar a realizar cambios en relación al cuidado del medio ambiente en sus establecimientos, pero no han podido llevarlo a cabo, debido a que no se cuenta con el número de contenedores suficientes en la ciudad, por el contrario, mencionaron que son muy pocos y no son cercanos, en ocasiones, cuando han decidido reciclar y llevar por ejemplo, el plástico o vidrio a los dispensadores, éstos se encuentra llenos. Otro hallazgo fue, *Preocupación de las Autoridades*, este es otro factor importante, la mayoría de los entrevistados señalaron que nunca ha visto incentivo por parte del Gobierno, Municipalidad,

Sernatur, ellos indicaron que necesitan mayor difusión de información sobre la sustentabilidad, necesitan que los eduquen con herramientas, es decir, capacitaciones, charlas, asesorías sobre el cómo ellos pueden llevar a cabo medidas de sustentabilidad en los servicios que ellos ofrecen. Otro hallazgo son, *Los Beneficios económicos*, el apoyo económico es algo importante para los entrevistados, ya que la mayoría de los hoteles y hostales que fueron entrevistados eran de pequeño o mediano tamaño, por tanto, varios de ellos señalaron que no tienen dinero suficiente para invertir en medidas de sustentabilidad, ellos apuntaron a que necesitan algún tipo de subsidio o fondos que los ayude a implementar medidas, como por ejemplo: paneles solares.

Un cuarto hallazgo es, *Promoción y Publicidad*, algunos de los entrevistados plantean que para poder implementar medidas de sustentabilidad, necesitan mayores ingresos para así poder invertir en tales medidas, pero para lograr esas ganancias, necesitan mayor flujo de turistas en sus ciudades, por tanto, solicitan que Valparaíso y Viña del Mar sean promocionados como un lugar turístico con algún plan estratégico que ayude a aumentar el número de turistas. Un último hallazgo fue, *El costo de implementar medidas*, una de las variables más relevantes a la hora de tomar la decisión de implementar medidas de sustentabilidad en los hoteles u hostales, es el costo que conlleva la realización de la medida. La gran mayoría de los entrevistados cuando se les preguntó si les gustaría adquirir el sello S, respondieron que todo dependería del valor de este distintivo. Además señalaron que para implementar las medidas, o bien, adquirir el sello S, necesitan ‘‘efectividad’’, es decir, que haya una relación directa entre la inversión de tomar medidas de sustentabilidad con un aumento en sus ganancias, necesitan saber si esas medidas van a beneficiar la viabilidad económica de su negocio.

En conclusión , se pudo percibir que la mayoría de los hoteles y hostales que fueron entrevistados en Valparaíso y Viña del Mar, no implementan medidas de sustentabilidad en sus servicios, por el contrario, gran parte de ellos no conocían el concepto de turismo sustentable, y en su defecto, no sabían cómo podían aplicar tales medidas en sus recintos. Si bien, en este estudio se descubrió que el gobierno sí está tomando medidas para fomentar el turismo sustentable, surgió la siguiente pregunta, ¿Se está transmitiendo adecuadamente la información para incentivar a los establecimientos turísticos a tomar acciones para cuidar el medio ambiente?, es importante que se re-evalúe la ‘‘forma’’ de difundir, ya que hay problemas en el alcance de la información o en las palabras adecuadas de transmitir el mensaje, es posible que el lenguaje técnico que se está utilizando, no llega a todas las personas por falta de comprensión.

2. INTRODUCCIÓN

La presente memoria trata de una investigación exploratoria, en la cual se busca recabar información sobre las medidas de sustentabilidad que los dueños de hoteles y hostales están tomando en sus servicios. Por tanto, se comienza definiendo claramente la necesidad de información, el estudio a realizar y también se describe el instrumento que se utilizará para la recolección de los datos, con la finalidad de conocer en profundidad al agente estudiado junto con la justificación del uso de ello.

Posteriormente, se dará a conocer la muestra elegida para este estudio, como también, los recursos necesarios para su correcta realización, y asimismo, la planificación de investigación de campo. Luego se expondrán los resultados, vale decir, el análisis de la información, las variables y atributos de interés y los principales hallazgos encontrados.

Finalmente, se presenta la propuesta para incentivar a los hoteles y hostales de Valparaíso y Viña del mar para que éstos quieran tomar medidas de sustentabilidad, en base a todo el análisis realizado previamente, se dan sugerencias y recomendaciones claras para poder concientizar a los principales agentes con respecto a la implementación de medidas en sus establecimientos, con el objetivo de disminuir la huella de carbono.

3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Hoy en día el cambio climático es un tema que cada año se hace más importante en el mundo y Chile no es la excepción, la crisis ambiental que está aquejando, ha dejado en evidencia la necesidad de querer proteger los recursos naturales, es decir, de mantener los ecosistemas que son primordiales para atenuar el calentamiento global o cambio climático, ya que éstos absorben de manera natural los gases de efecto invernadero (GEI), como por ejemplo el CO₂ que es uno de los gases que predomina en la atmósfera (SNiChile, 2017). Chile ha aumentado considerablemente la emisión de dióxido de carbono, en el año 2000 emitió 58.815,013 emisiones de CO₂ en kt y en el año 2014 que fue la última cifra entregada se emitió 82.562,505 emisiones de CO₂ en kt, es decir, aumentó aproximadamente un 40% entre esos años (Banco mundial, 2018).

Si bien, existe la extracción del petróleo, el transporte, la industria o la ganadería que son actividades que generan muchos gases de efecto invernadero, un equipo de investigadores de la Universidad de Sídney, liderados por la académica Arunima Malik, determinaron que el turismo es responsable de cerca del 8% de las emisiones de gases de efecto invernadero globales (Nature Climate Change, 2018).

Según una investigación parcial, las emisiones de gases de efecto invernadero por el turismo entre 2009 y 2013 aumentaron de 3.900 toneladas de CO₂ a 4.500. Esto supone un aumento anual del 3,3%, explican los investigadores. A medida que aumenta el bienestar, aumentan también incluso de manera desproporcionada las emisiones de gases contaminantes por los viajes turísticos: con un producto interno bruto de más de US\$ 40.000 per cápita, un aumento del bienestar del 10% conduce a un incremento de la huella de carbono por los viajes de hasta un 13%. Así también, los investigadores pronosticaron que, siendo

optimistas, el aumento de las emisiones por los turistas podría restringirse a los 5.000 millones de toneladas para 2025. Sin embargo, si no cambia nada en la tendencia actual, las emisiones relacionadas con el turismo podrían alcanzar los 6.500 millones de toneladas de CO2 en siete años, ya que en los últimos años la demanda de viajes por parte de los consumidores ha crecido mucho más rápido que el consumo de otros productos y servicios (Nature Climate Change, 2018).

“En Chile el aumento del turismo es cada vez mayor y es que durante el año 2017 ingresaron a nuestro país 6.449.883 visitantes, lo que significa un aumento de 14,3% respecto de 2016” (Subsecretaría de turismo, 2018).

La autoridad del sector, sostuvo que de acuerdo a las estimaciones realizadas por la División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo, en el 2018 la llegada total de turistas registraría un incremento de cerca de un 8,5% respecto al 2017, lo que implica pasar de los 6,4 millones de turistas a cerca de 7 millones de turistas (Subsecretaría de turismo, 2018).

Esto quiere decir que la ocupación hotelera en Chile ha aumentado constantemente, según la estadística entregada por los Hoteleros de Chile, entre Enero y Octubre de 2016 se alcanzó a tener un 63,4% de la ocupación total, mientras que en el año 2017 entre esos mismos meses se alcanzó a ocupar el 67,4%, lo que demuestra que ha habido un crecimiento en esta área (Hoteleros de Chile, 2017).

Cabe mencionar que la industria hotelera es un elemento clave en la emisión de gases de efecto invernadero (GEI), ya que los servicios que ofrece, como por ejemplo: agua caliente, lavandería, cocina, calefacción, aire acondicionado, entre otros, son factores determinantes en la emisión de GEI (Comunidad ISM, 2016).

En base a lo expuesto, surgen las siguientes preguntas, ¿En Chile se implementa algún tipo de turismo sustentable?, ¿Los hoteles y hostales en Chile están tomando medidas de sustentabilidad?, ¿Tales medidas son reguladas por el Gobierno?, ¿Por qué no todos los hoteles y hostales toman acciones al respecto?, ¿El gobierno incentiva a los hoteles y hostales en tomar medidas de sustentabilidad?, ¿Existe alguna política o ley que estrictamente obligue a los hoteles y hostales a tener algún grado de sustentabilidad?

Es por esto, que se propone realizar una investigación exploratoria, con el fin de recopilar información sobre las medidas de sustentabilidad que tienen los hoteles para disminuir la emisión de gases de efecto invernadero, específicamente en la región de Valparaíso.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Estudiar el grado de compromiso que tienen los hoteles y hostales con el medio ambiente para disminuir la huella de carbono, mediante técnicas investigativas, con el fin de diseñar una propuesta para promover e incentivar a los hoteles y hostales a tomar medidas de sustentabilidad en sus servicios.

4.2 Objetivos Específicos

- Investigar las medidas de sustentabilidad del turismo en Chile con la finalidad de saber el grado de conocimiento que tiene el país.
- Crear una encuesta con la estructura del método funnel para recopilar la información correcta y evitar lo más posible un sesgo en la búsqueda.
- Determinar los factores más relevantes para los hoteles y hostales de Valparaíso y Viña del mar que los llevarían a tomar medidas de sustentabilidad en sus servicios.
- Definir las problemáticas que llevan a los hoteles y hostales de Valparaíso y Viña del mar a no tomar medidas de sustentabilidad en sus recintos.
- Proponer estrategias de incentivos para los hoteles y hostales con el fin de que ellos quieran implementar de forma real, medidas de sustentabilidad en sus servicios.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Evolución de las emisiones de CO2 en Chile

A partir del gráfico 1, se puede apreciar que la tendencia de las emisiones forman prácticamente una línea recta con pendiente positiva, es decir, que cada año ha aumentado considerablemente las emisiones de CO2 en Chile, en 1960 se alcanzaba un total de 13.490,893 emisiones en Kt, mientras que al año 2014 se obtuvo una cantidad de 82.562,505 de emisiones en Kt, esto se puede deber a que Chile aún se encuentra en vías de desarrollo. Un estudio realizado en el Centro de Políticas Públicas de la Universidad del desarrollo muestra que el crecimiento económico es directamente proporcional a la emisiones de CO2, una de las razones es que todavía se están explotando los recursos naturales primarios que posee Chile, ya que gran parte de la economía de nuestro país se basan en minería, agricultura, recursos pesqueros y forestales, por lo que depende fuertemente de factores como el agua y recursos del ecosistema.(Apablaza & Contreras, 2016).

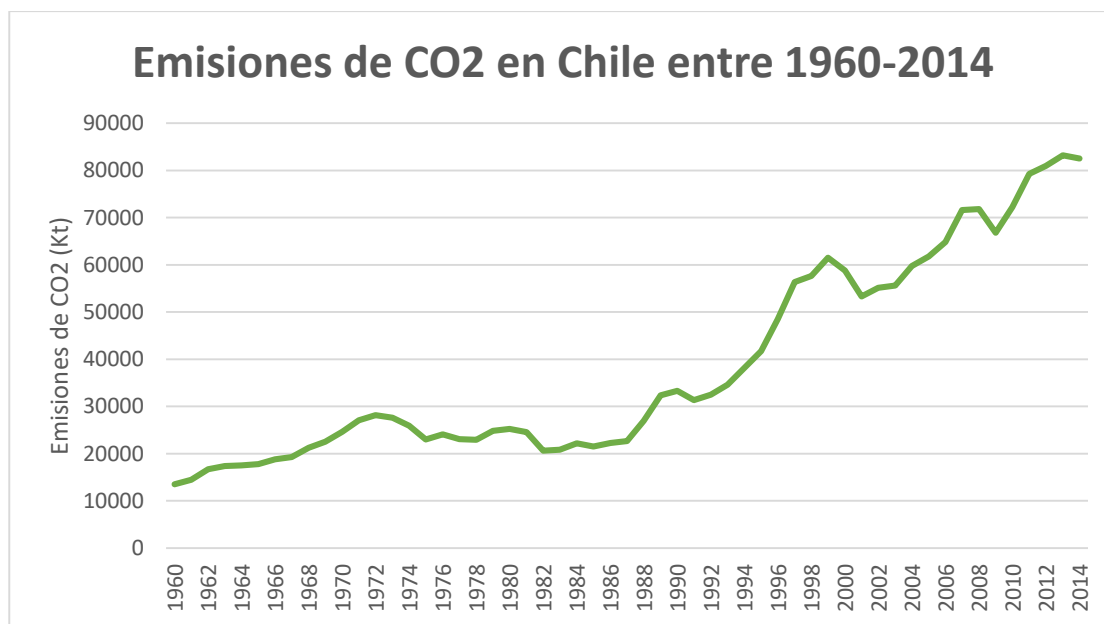


Gráfico 1: Emisiones de CO2 en Chile entre 1960-2014. Fuente: Elaboración propia a partir de (Banco mundial, 2018).

Por otro lado, es importante decir que las emisiones de dióxido de carbono son bajas a nivel mundial, así lo evidencia el ministerio del medio ambiente, ya que Chile sólo emite el 0,26% de CO₂ por combustión de hidrocarburos a nivel mundial. No obstante, es evidente el aumento acelerado que tuvo desde el año 1988 al 2006 aproximadamente, una de las razones de este crecimiento fue debido a que en Chile se apreció la importancia del uso de la tierra, cambio de uso de la tierra (Agricultura) y silvicultura en la captura de CO₂, si bien es el sector que menos aporta a las emisiones, éste va en ascenso progresivamente (Ministerio del Medio Ambiente, 2016).

Sin embargo en términos de jerarquía, el sector energético ha aportado de forma dominante y creciente los valores de emisiones, aumentando un 85% entre 1990 y 2006. Dentro de este sector, quienes más contribuyen a las emisiones son la generación eléctrica, el transporte y la industria manufacturera, construcción y minas, asociado al alto consumo energético de los combustibles fósiles (Ministerio del Medio Ambiente, 2016).

Entre los años 2008-2009 se presentó una disminución en las emisiones de CO₂ y la posible razón de esta baja, pudo haber sido a que a finales del año 2008 se presentan en el país los efectos de la crisis financiera internacional que provocó una contracción del PIB del -1,5% en el año 2009, sin embargo en el año 2010 el crecimiento superó el 5%, esta rápida recuperación se debió principalmente a la aplicación de políticas contra cíclicas, el aumento de la demanda interna y la continuidad del impulso exportador, y es posible que esto haya provocado un aumento acelerado de las emisiones de CO₂ a partir de ese año (CEPAL, 2011).

A continuación se presenta un gráfico de barras con el porcentaje de CO2 que aporta cada sector:

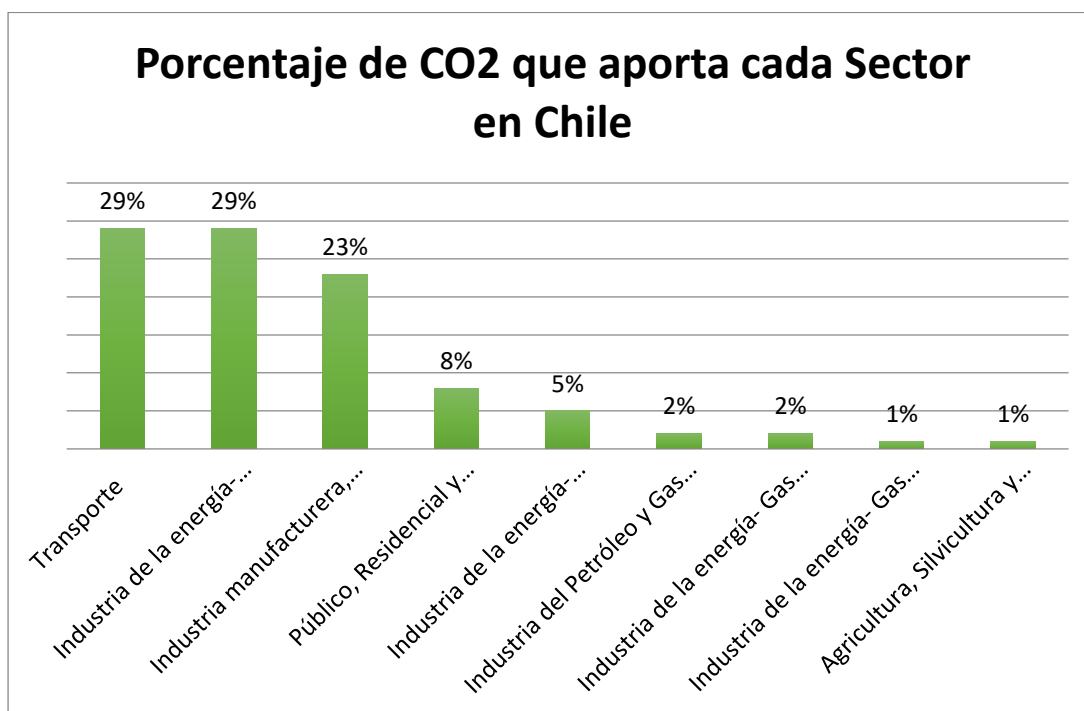


Gráfico 2: Porcentaje de CO2 que aporta cada sector en Chile. Fuente: Elaboración propia a partir de (Ministerio del Medio Ambiente, 2016).

En base al gráfico de Porcentaje de CO2 que aporta cada sector en Chile, se puede apreciar que los cuatro sectores que más influencia tienen en las emisiones son, el transporte y la Industria de la Energía-Electricidad alcanzando cada uno el 29% del total de dióxido de carbono que hay en el país, el tercer sector es la industria manufacturera, construcción y minas con un 23% y en cuarto lugar el Público, residencial y comercial con un 8% (Ministerio del Medio Ambiente, 2016).

Si bien el sector ‘‘Público, residencial y comercial’’ solo alcanza el 8%, es un mercado que viene en ascenso, en este sector también entra toda la gama de hotelería, ya que como se mencionó anteriormente, el turismo en Chile ha ido aumentando en el paso de los

años. Para continuar con el análisis de emisiones de CO₂, es importante conocer la verdadera realidad de las emisiones provocadas por el turismo.

5.2 Emisiones de CO₂ causadas por el turismo

Por primera vez, la huella turística del mundo se ha cuantificado a lo largo de la cadena de suministro, desde vuelos hasta recuerdos, y se ha revelado como un contribuyente importante y creciente a las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). La investigación, liderada por el grupo de investigación líder en el mundo sobre el Análisis de la Sostenibilidad Integrada en la Universidad de Sídney, encontró que el turismo contribuye significativamente al producto interno bruto mundial y se prevé que crezca a un 4% anual, superando así a muchos otros sectores económicos. Sin embargo, las emisiones globales de carbono relacionadas con el turismo actualmente no están bien cuantificadas. En este estudio se cuantificó los flujos globales de carbono relacionados con el turismo entre 160 países y sus huellas de carbono en las perspectivas contables de origen y destino. Se encontró que, entre 2009 y 2013, la huella de carbono global del turismo aumentó de 3.9 a 4.5 GtCO₂e¹, cuatro veces más de lo estimado anteriormente, lo que representa aproximadamente el 8% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero. La mayor parte de esta huella es ejercida por y en países de altos ingresos. El rápido aumento de la demanda turística está superando efectivamente a la des-carbonización de la tecnología relacionada con el turismo. Se proyecta que, debido a su alta intensidad de carbono y su continuo crecimiento, el turismo constituirá una parte creciente de las emisiones de gases de efecto invernadero del mundo (Nature Climate Change , 2018).

¹ GtCO₂e: Quiere decir giga toneladas de dióxido de carbono; una giga tonelada equivale a 1.000 millones de toneladas métricas.

El turismo global es una industria de billones de dólares, que representa aproximadamente el 7% de las exportaciones mundiales y contribuye significativamente al producto interno bruto (PIB) mundial. Los ingresos internacionales y los ingresos por turismo han crecido entre un 3-5% anual, superando el crecimiento del comercio internacional, y en 2016 superaron los 1.000 millones y los US \$ 1,2 billones, respectivamente. Claramente, la actividad económica a esta escala tiene un impacto significativo en el medio ambiente. En particular, el transporte, un ingrediente clave de los viajes, es un producto intensivo en energía y en autos, lo que hace que el turismo sea un potencial contribuyente al cambio climático. La sensibilidad y la vulnerabilidad de los destinos (como los lugares de recreación costera y de invierno) al clima y al cambio climático también sugieren que, como resultado del cambio climático, la industria del turismo, a su vez, experimentará cambios drásticos en el futuro y tendrá que adaptarse al aumento riesgo. Dadas las proyecciones futuras de un crecimiento constante del 4%, el monitoreo y análisis continuo de las emisiones de carbono asociadas con el turismo se está volviendo más apremiante (Nature Climate Change , 2018).

Por definición, la huella de carbono del turismo debe incluir el carbono emitido directamente durante el turismo. Actividades (por ejemplo, combustión de gasolina en vehículos), así como el carbono incorporado en los productos comprados por los turistas (por ejemplo, alimentos, alojamiento, transporte, combustible y compras). Por lo tanto, las huellas de carbono del turismo deben evaluarse utilizando métodos que cubran el ciclo de vida o las emisiones de la cadena de suministro de bienes y servicios relacionados con el turismo (Nature Climate Change , 2018).

5.2.1 Emisiones de CO2 causadas por alojamientos en hoteles

Para contextualizar, como se dijo anteriormente las emisiones de CO2 del turismo internacional representan el 8% del total mundial. Según el sitio oficial *Green hotel world*, no es sorprendente que la mayoría de las emisiones de CO2 estén relacionadas con el transporte de viajeros, con un 40% de la aviación, un 32% de autos y un 21% de alojamiento en hoteles. Los usos energéticos de los hoteles incluyen iluminación, calefacción, refrigeración, limpieza, escaleras mecánicas, instalaciones de spa / piscina / sauna, etc. El uso de la energía varía mucho según el país, la ciudad e incluso los hoteles y centros turísticos dentro de las ciudades. La regla es que los alojamientos más lujosos consumen más energía. Cuanto más áspero es el clima de un país, más energía se requiere para enfriar y calentar (Green hotel world, 2016).

“La industria hotelera internacional contribuye directamente con el 1% de las emisiones globales de CO2 al año, esto equivale a aproximadamente 350.000.000 toneladas de CO2” (Green hotel world, 2016). Las emisiones de CO2 asociadas dependen de las fuentes de energía utilizadas por el hotel (por ejemplo, combustibles renovables o fósiles). En el *Informe sobre antecedentes del turismo en la economía verde*, la Organización Mundial del Turismo (OMT) hace referencia a estudios científicos para calcular el promedio de emisiones de CO2 por tipo de alojamiento. El uso de energía promedio global estimado por huésped por noche en hoteles es de 130 Mega Joule (MJ). Esto corresponde a 20,6 kg de CO2 por noche de hotel y se considera una estimación conservadora (Green hotel world, 2016).

Desde la presentación de estos datos, resalta la necesidad de conocer el contexto nacional, es decir, conocer el comportamiento del turismo en Chile.

5.3 Turismo en Chile

En los últimos años el turismo ha ido en ascenso, así lo asegura un estudio realizado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en que a partir de los datos que han comunicado los destinos de todo el mundo, se estimó que las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) en todo el mundo se incrementaron un 7% en 2017 hasta alcanzar un total de 1.322 millones, es una tasa muy superior a la tendencia sostenida y constante del 4% o más que se había registrado desde 2010 y representa el mejor resultado en siete años (Organización Mundial del Turismo, 2018).

Chile no es la excepción, ya que en los últimos años ha ido creciendo el número de turistas que llegan al país, así lo aseguró la ex subsecretaria de turismo, Javiera Montes, ya que el sector turístico mostró un exitoso año en el 2017. Y es que durante el año pasado ingresaron al país 6 millones 449 mil 883 visitantes, lo que significa un aumento de 14,3% respecto de 2016 (Subsecretaría de turismo, 2018).

La Autoridad de turismo detalló que “entre los principales mercados receptivos se encuentran los argentinos con 3 millones 323 mil 771 turistas transandinos quienes aumentaron sus llegadas a Chile en un 14.6% en comparación con el año anterior. Mientras que los brasileros aumentaron un 24,1% con la llegada de 544 mil turistas”. Asimismo, la ex subsecretaria Montes sostuvo que, “la llegada de los turistas provenientes del mercado europeo al país se incrementó un 6,3% respecto del año anterior lo que equivale a 477 mil 911 turistas provenientes de dicho continente”. De los mercados prioritarios para Chile los italianos se incrementaron en un 11.1%; los ingleses, un 6%; los franceses aumentaron un 8,6%; mientras que los españoles se incrementaron un 3,5% y; los alemanes un 6% de llegadas respecto de 2016. Uno de los continentes que tuvo un alza considerable fue el

asiático con un aumento del 22.9%. Aquí destacan las llegadas de los turistas chinos que tuvieron un crecimiento de un 33,8% respecto del año anterior. Javiera Montes explicó que este incremento, “se debe principalmente a la facilitación de visado de los turistas provenientes de ese país cuando cuentan con visado previo a Estados Unidos” (Subsecretaría de turismo, 2018).

A continuación se presenta la variación de llegadas² de turistas que ha tenido Chile entre los años 2008-2017:



Gráfico 3: Llegadas de turistas a Chile entre los años 2008-2017. Fuente: Elaboración propia a partir de (Sernatur, 2018).

Entre el año 2008-2009 hubo una variación del 1,8%; entre el año 2009-2010 fue de un 1,5%; entre el 2010-2011 se logró una variación del 12%; entre el 2011-2012 se alcanzó una variación del 13,3%; para los años 2012-2013 fue de solo un 0,6%; entre el 2013-2014 hubo una variación del 2,7%; entre el 2014-2015 se obtuvo una variación de 21,9%; para los

² Llegadas: corresponde al número total de pasajeros que realizan una o más pernoctaciones seguidas en el mismo establecimiento de alojamiento turístico.

años 2015-2016 la variación fue del 26% y por último entre el año 2016-2017 se logró una variación del 14,3%. De manera referencial, se indica que para el periodo 2008 – 2017 se registra una tasa de variación media acumulada de un +10,1% (Sernatur, 2018).

Por último, la autoridad del sector sostuvo que “de acuerdo a las estimaciones realizadas por la División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo, el 2018 la llegada total de turistas registrará un incremento de cerca de un 8,5% respecto al 2017, lo que implica pasar de los 6,4 millones de turistas a cerca de 7 millones de turistas” (Subsecretaría de turismo, 2018).

5.3.1 Pernoctaciones de turistas en Chile

A continuación se presenta el número de pernoctaciones de turistas entre los años 2008-2017:

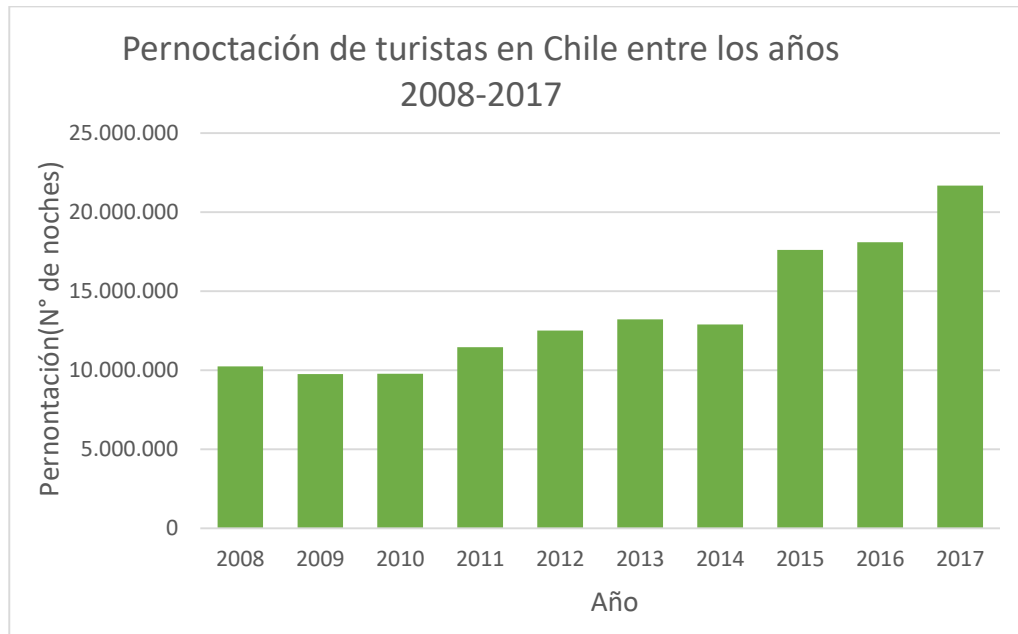


Gráfico 4: Pernoctación de turistas en Chile entre los años 2008-2017. Fuente: Elaboración propia a partir de (INE, 2018) y (INE, 2015).

A partir del gráfico 4, es posible ver la tendencia de aumento de pernoctaciones³ de turistas (extranjeros y chilenos) en el territorio nacional, es importante recalcar que el Instituto Nacional de Estadística (INE) entregó los datos mensuales de cada año, por ende, se tuvo que hacer una sumatoria de los doce meses por cada año para dejar el número de pernoctaciones de forma anual.

En el año 2008 se alcanzó a tener un total de 10.236.901 pernoctaciones; luego en el año 2009 hubo una disminución logrando alcanzar 9.750.081 pernoctaciones; pero al año siguiente volvió a aumentar obteniendo para el 2010 una cantidad 9.783.193 pernoctaciones. Para el año 2011 volvió a repuntar alcanzando una cifra de 11.452.770 pernoctaciones; para el año 2012 volvió a aumentar a 12.511.656 pernoctaciones; en el 2013 continuó con el aumento llegando a 13.209.080 pernoctaciones. En el año 2014 se manifestó una disminución, obteniéndose 12.902.954 pernoctaciones; pero rápidamente en el año 2015 hubo un alza sorprendente, logrando 17.609.418 pernoctaciones; en el año 2016 se continuó con el aumento alcanzando 18.092.218 pernoctaciones y finalmente en el 2017 se logró llegar a 21.678.808 pernoctaciones.

Si bien en el año 2009 y 2014 hubo una disminución pequeña en la cantidad de pernoctaciones, la realidad es que ha habido un aumento en el número de pernoctaciones en los últimos 10 años, principalmente entre los años 2015-2016-2017, es claro que cada año los turistas están prefiriendo hospedarse en hoteles, hostales, etc.

³ Pernoctaciones: corresponde al número total de noches que los pasajeros alojan en el establecimiento.

5.3.1.1 Pernoctaciones de turistas en la Región de Valparaíso

Con respecto al gráfico 5, es posible evidenciar que hay una tendencia al aumento de pernoctaciones de turistas (extranjeros y chilenos) en la Región de Valparaíso, es importante mencionar que al igual que en gráfico anterior, el Instituto Nacional de Estadística (INE) entregó los datos mensuales de cada año, por ende, se tuvo que hacer una sumatoria de los doce meses por cada año para dejar el número de pernoctaciones de forma anual.

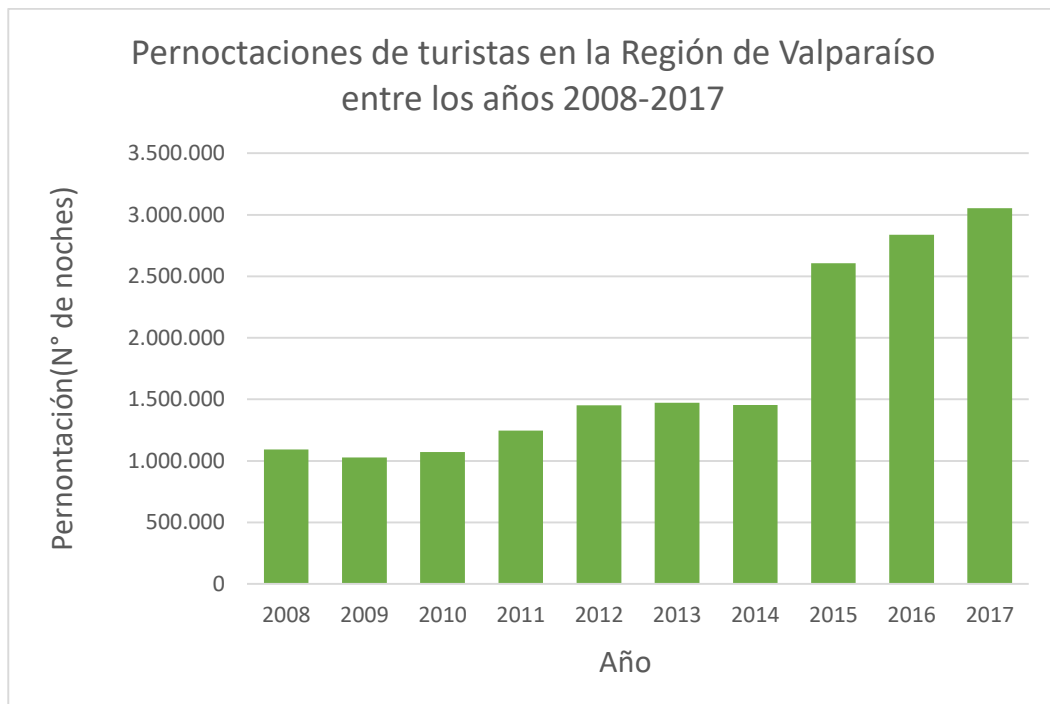


Gráfico 5: Pernoctaciones de turistas en la Región de Valparaíso entre los años 2008-2017. Fuente: Elaboración propia a partir de (INE, 2015) y (INE, 2018).

Con respecto al gráfico 5, es posible evidenciar que hay una tendencia al aumento de pernoctaciones de turistas (extranjeros y chilenos) en la Región de Valparaíso, es importante mencionar que al igual que en gráfico anterior, el Instituto Nacional de Estadística (INE) entregó los datos mensuales de cada año, por ende, se tuvo que hacer una sumatoria de los doce meses por cada año para dejar el número de pernoctaciones de forma anual.

Por consiguiente, en el año 2008 se obtuvo 1.091.686 pernoctaciones; para el año 2009 hubo una disminución alcanzando 1.026.405 pernoctaciones pero al año siguiente aumentó la cifra alcanzando 1.071.285 pernoctaciones; en el 2011 hubo una mayor variación en el aumento logrando llegar a 1.245.464 pernoctaciones; en el 2012 continuó con el aumento alcanzando 1.452.373 pernoctaciones; para el 2013 hubo un pequeño aumento obteniéndose 1.471.282 pernoctaciones; en el 2014 hubo un pequeño descenso a 1.453.031 pernoctaciones, pero en el año 2015 hubo un aumento considerable logrando así una cifra de 2.606.257 pernoctaciones; para el año 2016 continuó el aumento alcanzando 2.838.970 pernoctaciones y finalmente en el año 2017 se logró llegar a 3.052.846 pernoctaciones.

Era de esperarse que en el año 2009 y 2014 hubiese una baja en el número de pernoctaciones debido que a nivel nacional también se manifestó esa disminución, pero pese a eso, y como se mencionó anteriormente se ve una tendencia a aumentar el número de pernoctaciones, principalmente se vio reflejado en los últimos tres años.

5.4 Turismo sustentable

Para comenzar, es importante tener claro la definición de sustentabilidad para posteriormente, conocer el turismo sustentable. El concepto sustentabilidad se refiere al equilibrio que existe entre la relación del hombre con los recursos del medio al cual pertenece. Esto implica satisfacer las necesidades de la generación actual sin que se vean sacrificadas las exigencias de las siguientes generaciones; es por ese motivo que se habla de equilibrio o igualdad. Con esto se espera que se produzca la utilización de los recursos por debajo de los límites de renovación de los mismos (BIOGUIA, 2016).

Como concepto, sustentabilidad surge en el año de 1987, cuando la World Commission on Environment and Development de las Naciones Unidas publicó el informe

“Our common future” (Nuestro futuro en común), que está centrado en la idea del desarrollo sustentable o sostenible. Sin embargo, esta definición fue realmente adoptada en 1992 por 180 Jefes de Estado en Río de Janeiro, durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio ambiente y el desarrollo. En dicha conferencia fueron acordados 27 principios relacionados con la sustentabilidad que se materializan en un programa mundial conocido como "Agenda 21" que establece las recomendaciones tendientes al logro de un desarrollo sostenible desde el punto de vista social, económico y ecológico. (BIOGUIA, 2016).



Ilustración 1: Concepto de Sustentabilidad. Fuente: (BIOGUIA, 2016).

Ahora bien, sabiendo el significado de sustentabilidad, podemos proseguir y preguntarnos *¿Qué es el turismo sustentable o sostenible?*

El concepto de “*Turismo sostenible o sustentable*” nace en abril de 1995, se celebra en Lanzarote, España, la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, convocada por una comisión organizadora formada por diversos organismos y programas de las Naciones Unidas, organismos no gubernamentales (ONGs), red de universidades y administraciones

españolas, en la cual participaron: UNESCO, MaB, PNUMA, OMT, INSULA, MOPTMA, Secretaría General de Turismo, Gobierno de las Canarias y Universidad de La Laguna. En dicha conferencia mundial se proclama la “Carta del turismo sostenible” (Organización Mundial del Turismo , 2010):

Estos son los 18 puntos, extractados, de los que se compone la Carta del Turismo Sostenible adoptada en la Conferencia Mundial de Lanzarote (Organización Mundial del Turismo , 2010):

1. El desarrollo turístico debe ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.

2. El turismo tendrá que contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano.

3. El reconocimiento de las tradiciones de las comunidades locales, y el apoyo a su identidad, cultura e intereses deben ser referentes obligados.

4. La contribución activa del turismo al desarrollo sostenible implica la participación de todos los actores implicados en el proceso y a todos los niveles: local, regional, nacional e internacional.

5. La conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural representa un auténtico reto cultural, tecnológico y profesional.

6. La calidad debería ser objetivo prioritario.

7. El turismo debe integrarse (en él) y contribuir positivamente al desarrollo económico local.

8. Debe, así mismo, mejorar la calidad de vida de la población e incidir en el enriquecimiento sociocultural de cada destino.

9. La planificación integrada del turismo debe ser elaborada por gobiernos y autoridades competentes con la participación de ONGs y comunidades locales.

10. Es necesario investigar en profundidad sobre la aplicación de instrumentos ecológicos, jurídicos y fiscales que aseguren el uso sostenible de los recursos en materia turística.

11. Las zonas más vulnerables ambiental y culturalmente y las hoy más degradadas recibirán ayuda financiera y técnica especial.

12. La promoción de formas alternativas de turismo y el fomento de la diversificación de los productos turísticos son garantía de estabilidad a medio y largo plazo.

13. Todos los sectores implicados deberán impulsar la creación de redes abiertas de investigación y difusión de conocimientos útiles en materia de turismo sostenible.

14. Una política turística de carácter sostenible requiere sistemas de gestión, estudios de viabilidad que permitan la transformación del sector, proyectos de demostración y otros de cooperación internacional.

15. La industria turística, en colaboración con los organismos y ONGs, deber diseñar marcos específicos de acciones positivas y preventivas.

16. Atención especial se prestará al transporte, el uso de energías y recursos no renovables, el reciclaje y la minimización de residuos en las instalaciones turísticas.

17. Es fundamental que se adopten y pongan en práctica códigos de conducta.

18. Deberán ponerse en práctica medidas para informar sobre el contenido y los objetivos de la Conferencia de Lanzarote.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el *turismo sostenible* atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (Organización Mundial del Turismo , 2018). Esta definición de turismo sostenible (turismo responsable, ecoturismo, turismo “slow”), se ha traducido en la consideración de una serie de requisitos que la OMT (1994) considera fundamentales para la implantación de la Agenda 21 en los centros turísticos:

- La minimización de los residuos.
- Conservación y gestión de la energía.
- Gestión del recurso agua.
- Control de las sustancias peligrosas.
- Transportes.
- Planeamiento urbanístico y gestión del suelo.
- Compromiso medioambiental de los políticos y de los ciudadanos.

- Diseño de programas para la Sostenibilidad.
- Colaboración para el desarrollo turístico sostenible.

5.5 turismo sustentable en Chile

Durante el primer mandato de la Presidenta Michelle Bachelet, fue promulgada la Ley N° 20.423 (Año 2010), que crea una nueva institucionalidad para el desarrollo del turismo, con el fin de reconocer la actividad como un sector económico estratégico y abordar las brechas, potencialidades y oportunidades que lo caracterizan. Este nuevo marco institucional contempló la creación de un Comité de Ministros del Turismo y de la Subsecretaría de Turismo, así como la asignación de nuevas atribuciones al Servicio Nacional de Turismo como órgano ejecutor de la política pública (Sernatur, 2015).

Paralelamente, la Federación de Empresas de Turismo de Chile, FEDETUR, desde su creación en 2009, se fijó como una de sus prioridades la promoción de prácticas sustentables en todos los segmentos, tipos y tamaños de empresas turísticas, sean ellas miembros o no de la Federación. Como primer paso, impulsa la primera premiación nacional de sustentabilidad turística para empresas y destinos (Chile Sustentable , 2013).

Uno de objetivos estratégicos del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) consiste en “fomentar y velar por el desarrollo integral de los territorios para así, contribuir con la sostenibilidad y sustentabilidad de los destinos y productos turísticos”, que es además, uno de los seis pilares de la Estrategia Nacional de Turismo y es una de las prioridades del Ministerio de Economía Fomento y Turismo. Para hacer tangible este objetivo, en septiembre de 2010 se conformó el Comité Nacional de Sustentabilidad Turística; la mesa público-privada que comenzaba a construir el *Programa Nacional de Sustentabilidad Turística*. Este Programa busca contar con una oferta de productos y destinos turísticos construidos y/o

desarrollados bajo criterios de sustentabilidad reconocidos internacionalmente, con el fin de mejorar la competitividad del sector, conservar los recursos naturales y contribuir a la prosperidad y bienestar de las personas que habitan los territorios en donde se realiza. El primer eje estratégico para lograr este objetivo, se refiere a la *Sensibilización y Difusión de las Buenas Prácticas en el sector*. En este contexto, se desarrollan una serie de Manuales “Chile, por un Turismo Sustentable”, que busca llegar a los diversos actores claves del turismo: alojamientos, tour operadores, transporte turístico, servicios de alimentación, municipios y centros de eventos turísticos. Este primer Manual Genérico, aplicable a todos los actores del turismo, tiene por objetivo unificar conceptos y criterios de las diversas temáticas atinentes a la sustentabilidad, siempre entendida en sus tres ámbitos: económico, socio-cultural y ambiental (Santiago Convention Bureau, 2011).

Con respecto al manual, se plantea lo siguiente en referencia al ámbito medioambiental:

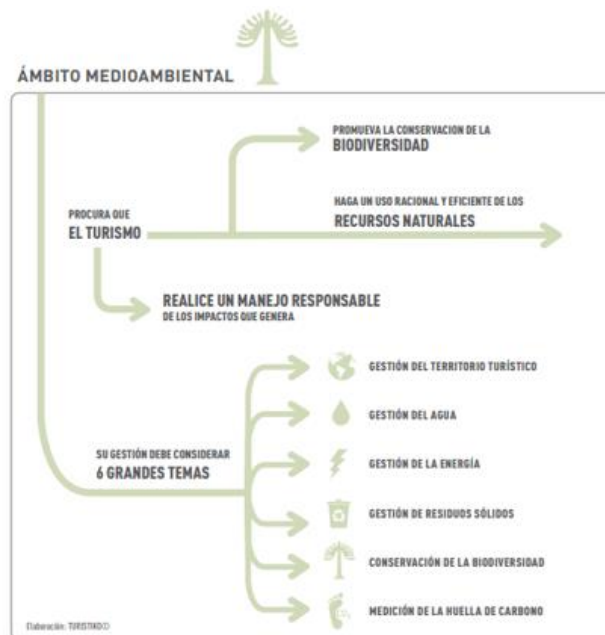


Ilustración 2: Prácticas de sustentabilidad hacia el medioambiente. Fuente: (Santiago Convention Bureau, 2011).

Por otro lado, en el manual “Chile, por un Turismo Sustentable”, se establecen las siguientes Políticas de sustentabilidad:

Un paso esencial para la implementación y el cumplimiento de Buenas Prácticas, es la elaboración de un Código/Plan/Política de Sustentabilidad, a través del cual la organización declare su filosofía, forma de trabajo y compromisos respecto a la protección del medio ambiente, la cultura, la satisfacción de los clientes y el desarrollo de la comunidad de la cual forma parte, entre otros temas (Santiago Convention Bureau, 2011).

Este Código debe constituirse en un documento que:

- Guíe las acciones de la organización en materia de sustentabilidad.
- Sea conocido y adoptado por todos sus miembros, quienes han sido preparados para aplicarlo y han participado de su desarrollo.
- Sea visible para los clientes o usuarios, quienes por una parte son beneficiarios de los compromisos adquiridos y por otra, pueden ser colaboradores activos en su implementación.
- Sea monitoreado regularmente para conocer su nivel de cumplimiento y poder ser adaptado a los cambios locales y globales.

Luego, en el año 2012 Sebastián Piñera da a conocer el lanzamiento de la Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020 y la firma del Proyecto de Ley que adapta las normas laborales al ámbito del turismo. Esta política de estado surge con el fin de desarrollar el potencial que tiene esta industria para aportar al desarrollo de Chile (Subsecretaría de Turismo, 2013).

Los cimientos de la Estrategia Nacional de Turismo se sustentan en 5 pilares, siendo cada uno de ellos fundamental pero a la vez interdependiente: Promoción, Sustentabilidad, Inversión y Competitividad, Calidad y Capital Humano e Inteligencia de Mercado (Subsecretaría de Turismo , 2013).

Con respecto a la Sustentabilidad, en la ‘‘Estrategia Nacional e Turismo’’ se plantea los siguientes puntos:

- Gestión Sustentable: Prácticas sustentables en turismo y Responsabilidad Social Empresarial (RSE).
- Sustentabilidad Turística del Territorio: Desarrollo turístico sustentable en Áreas Silvestres Protegidas del Estado (ASPE); Desarrollo turístico en Áreas Protegidas Privadas (APP); Declaración de Zonas de Interés Turístico (ZOIT); Evaluación ambiental del turismo y paisaje.
- Integración de las Comunidades: Promoción de la oferta turística cultural; Desarrollo y comercialización de la oferta de turismo rural; Integración de los pueblos originarios.

A partir de 2012, bajo el alero de los Programas de Innovación de InnovaChile de CORFO, se encuentra una instancia idónea para darle mayor impulso, continuidad, cofinanciamiento y una estructura a los esfuerzos realizados por la Subsecretaría de Turismo, el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) y la Federación de Empresas de Turismo de Chile (FEDETUR) (Chile Sustentable , 2013).

El propósito de los Programas de Innovación es aprovechar aquellas oportunidades de mercado existentes y que aún no han sido visualizadas en su totalidad por empresas y

emprendedores, pero que sin embargo requieren resolver ciertas brechas existentes que impiden tomar la oportunidad en todo su potencial. A su vez, intentan resolver estas brechas a través de la coordinación, articulación y difusión de un conjunto de iniciativas pertinentes para dicho propósito, las cuales se implementan con la participación y vinculación de distintos agentes económicos interesados (Chile Sustentable , 2013).

En este contexto, nace el Programa de Innovación de Turismo Sustentable (PITS) con el impulso y la participación de la Subsecretaría de Turismo, SERNATUR, FEDETUR e InnovaChile de CORFO, tendiente a promover la sustentabilidad como factor clave para la competitividad de la industria turística nacional (Chile Sustentable , 2013).

En términos metodológicos, el PITS se desarrolla en tres etapas:

- ETAPA 1. DIAGNOSTICO (Ene-Jul 2012): Tiene como objetivo identificar y describir la oportunidad de mercado del turismo sustentable para Chile y detectar brechas que afectan la competitividad del sector.
- ETAPA 2. PREPARACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO (Ago-Dic 2012): Si principal objetivo es diseñar un plan de trabajo para ser implementado durante dos años, en donde se deben articular actores públicos y privados, con el fin de abordar y resolver las brechas identificadas.
- ETAPA 3. IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO (2013-2014): Tiene como objetivo implementar el plan de trabajo diseñado en la etapa anterior, desarrollando las actividades ahí propuestas durante los años 2013 y 2014.

El año 2013, se creó en Chile la Mesa Nacional de Sustentabilidad Turística (MNST) conformada por entidades públicas y privadas, quienes tienen la misión de trabajar para fortalecer la industria del turismo bajo políticas y prácticas sustentables, proponer lineamientos estratégicos para el desarrollo turístico sustentable y garantizar un trabajo coordinado entre instituciones claves para este desafío. La MNST es la encargada de evaluar las postulaciones que recibe el área de Sustentabilidad de Sernatur, aprobar y notificar en cada una de las sesiones que sostiene al año, que son alrededor de tres (Turismo Sustentable Chile, 2018).

Adicionalmente, en el año 2015 el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, dentro de la “Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento”, ha definido al turismo como “sector estratégico”, al considerarlo un área económica de alto potencial, materializándose una inyección de recursos que contribuyen a aumentar la productividad de las empresas vinculadas a la actividad y el desarrollo de las comunidades y territorios. Así, se dispone de US\$100 millones para el período 2015-2018, cuyo fin será el diseño e implementación de un “Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable” (Sernatur, 2015).

El “Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable” permitirá proporcionar foco, claridad y gradualidad al desarrollo del sector, medir sus avances, articular los distintos agentes públicos y privados, con el objetivo de incrementar y multiplicar los impactos positivos en el corto plazo.

En este plan se identifican cuatro principios fundamentales para el desarrollo del sector, pero en este caso, sólo se dará a conocer el punto que tiene relación con la sustentabilidad.

Las acciones contempladas en el plan considerarán los criterios definidos por la OMT para los tres ámbitos de la sustentabilidad. Estos son:

- Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales, arquitectónicos, sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y el respeto intercultural.
- Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que contribuyan a la reducción de la pobreza y cuyos beneficios socioeconómicos, - tales como oportunidades de empleo estable, obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades locales-, sean distribuidos equitativamente.

5.6 Turismo sustentable en hoteles y hostales de Chile

Chile ha decidido avanzar hacia un desarrollo sustentable del turismo, y con ello, se definió la sustentabilidad como un eje relevante para el desarrollo del turismo nacional y de los destinos turísticos del país. Con el propósito de posicionar a Chile como un destino turístico de clase mundial, que sea reconocido por poseer una oferta atractiva, variada, sustentable y de calidad, el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur), creó el Programa de Sustentabilidad Turística, responsable de propiciar que la industria turística se desarrolle de manera más sustentable (Turismo Sustentable Chile, 2018).

El programa está enfocado a generar acciones de promoción y facilitar la implementación de buenas prácticas que inviten al sector privado a realizar sus operaciones turísticas minimizando su impacto medioambiental, poniendo en valor el patrimonio cultural

y potenciando las economías locales. Siempre fomentando los tres pilares de la sustentabilidad: medioambiental, socio-cultural y económico. Para lograrlo, el Área de Sustentabilidad de Sernatur cuenta con varias herramientas, una de las cuales es la “Distinción en Turismo Sustentable” o más reconocida como el Sello S, que pretende reconocer a los servicios turísticos más sustentables del país. Esta distinción la otorga Sernatur, tras la evaluación y aprobación de la Mesa Nacional de Sustentabilidad Turística del país (Turismo Sustentable Chile, 2018).

5.6.1 Distinción en Turismo Sustentable o El Sello S

“La Distinción en Turismo Sustentable, garantiza al visitante que el servicio turístico que cuenta con este distintivo, cumple con criterios globales de sustentabilidad turística, en los ámbitos socio-cultural, medioambientales y económicos” (Turismo Sustentable Chile, 2018).

Los objetivos de la Distinción en Turismo Sustentable, son los siguientes:

- Reconocer los esfuerzos de los servicios de alojamiento turístico que hayan desarrollado avances en cualquier ámbito de la sustentabilidad.
- Diferenciar estas empresas frente a sus competidores.
- Garantizar a los turistas, el compromiso de la empresa con los pilares de la sustentabilidad.

“Por ahora, el Sello S aplica solo para servicios de alojamientos turísticos, tour operadores y agencias de viaje operando en Chile” (Turismo Sustentable Chile, 2018).

Entre los aspectos importantes a considerar para postular al Sello S, es que se trata del programa de menor costo comparado con las certificaciones privadas existentes en el

mercado y sus criterios de evaluación están basados en los definidos por el Global Sustainable Tourism Council (GSTC), organismo internacional y referente mundial en acreditación y promoción de prácticas de turismo sustentable vinculado a la Organización Mundial del Turismo (OMT), de hecho los criterios de evaluación de la versión para Alojamientos Turísticos cuentan con su reconocimiento oficial (Turismo Sustentable Chile, 2018).

El Sello S considera lo siguiente:

- Para Tour Operadores y Agencias de Viaje: considera 73 criterios de evaluación y 3 niveles de distinción, siendo el Nivel 3 el que refleja la excelencia en sustentabilidad. Los criterios de evaluación están ordenados según los ámbitos de operación de este tipo de servicios turísticos, pero abordan de manera transversal los 3 ámbitos de la sustentabilidad universalmente conocidos (Económico, Sociocultural y Medioambiental).
- Para Alojamientos turísticos: considera 57 criterios de evaluación y 3 niveles de distinción, siendo el Nivel 3 el que refleja la excelencia en sustentabilidad. Los criterios de evaluación están ordenados según los 3 ámbitos de la sustentabilidad universalmente conocidos (Económico, Sociocultural y Medioambiental).

La institucionalidad público-privada definió 15 aspectos relevantes para mejorar el estándar de sustentabilidad de la industria, estos son:

Socio-cultural

- *Protección del Patrimonio:* Una de las principales motivaciones que tienen los turistas al visitar un destino es conocer la cultura del lugar a través de sus vestigios materiales e inmateriales y sus expresiones espirituales, artísticas e intelectuales.
- *Oferta Cultural:* El respeto y la comprensión de la diversidad cultural entre pueblos y naciones es un principio fundamental del desarrollo sustentable. El turismo puede ser un importante motor para las comunidades locales en cuanto a valorar su patrimonio cultural, respetar las otras culturas y de esa forma, aumentar la tolerancia.
- *Bienestar de la Comunidad:* El turismo puede influir en el bienestar de la comunidad tanto de manera positiva como negativa. Por esta razón, es importante que el turismo contribuya a mantener y fortalecer la calidad de vida de las comunidades y evite la degradación o explotación social o medio-ambiental.
- *Contribución del desarrollo local:* El turismo es una actividad multidisciplinaria inclusiva que, al integrar a varios actores en la cadena de comercialización, permite una buena distribución de los ingresos y contribuye a un desarrollo local equilibrado y más equitativo.

Económico

- *Viabilidad económica:* Los negocios turísticos exitosos son fundamentales para que la comunidad local obtenga beneficios tangibles del desarrollo del turismo. Un buen asesoramiento y una planificación del negocio a largo plazo son requisitos para el éxito de proyectos destinados a suministrar productos y/o servicios de turismo sustentable.

- *Prosperidad Local*: El turismo se encuentra integrado a otros ámbitos económicos y se desarrolla en conjunto con otros sectores. Así, por ejemplo, un turista no sólo interactúa con la empresa proveedora de productos y/o servicios turísticos, sino que también con el supermercado local, el bus y/o taxi, las casas de cambio entre otros. Independientemente de cada caso particular, siempre y en todo momento cada organización debe garantizar que una parte importante de sus beneficios económicos se mantengan en las localidades donde los turistas han gastado su dinero.
- *Calidad del Empleo*: La generación de empleo es una de las mejores formas en las que el turismo puede contribuir a la calidad de vida de las comunidades anfitrionas. Las organizaciones debieran aumentar el número y la calidad de empleos en la localidad, asegurando un salario justo, buenas condiciones laborales e igualdad de oportunidades sin discriminación de sexo, raza, discapacidad u otra forma. Mientras mejores son las condiciones para los trabajadores, se pueden lograr mejores resultados, mayor retención del personal y mayor eficacia y productividad. Esto a su vez se traduce en una buena relación entre el personal y el cliente, la que contribuye a una mayor satisfacción con el conjunto de la experiencia vacacional.
- *Equidad Social*: Las ganancias y beneficios económicos y sociales obtenidos gracias a la actividad turística de la localidad, región o país deben ser distribuidos de manera amplia y justa, apuntando, principalmente, a la mejora de oportunidades, ingresos y beneficios para los más necesitados. La lucha contra la pobreza debe ser uno de los objetivos de la sustentabilidad turística.

- *Satisfacción del visitante:* Es fundamental que el visitante viva una experiencia segura, satisfactoria y completa en el destino turístico escogido y sea tratado sin discriminaciones de ningún tipo.

Medioambiental

- *Gestión del Territorio:* El turismo se desenvuelve en un territorio, generalmente, co-existiendo con otras actividades que también demandan espacios para su desarrollo. Esta relación muchas veces resulta compleja de manejar, pudiendo afectar la imagen de los destinos si no se aborda con decisión. En el caso de las empresas se debe definir con la mayor precisión posible cuáles son las áreas geográficas en donde se desenvuelve el turismo, tanto en términos de límites, atractivos, equipamiento y actividades, puesto que esto se traducirá en demandas por el territorio y sus recursos.
- *Gestión del agua:* La distribución del agua no es la misma para todo el territorio nacional y, teniendo en cuenta que es un elemento esencial para el turismo, es importante cuidarla, especialmente en zonas donde existen problemas de abastecimiento y contaminación tanto de los cuerpos de agua continentales como marinos.
- *Gestión de la Energía:* El sector turístico consume grandes volúmenes de energía y a través de diversas fuentes, como edificios y vehículos motorizados, entre otras. Por esta razón, la disminución del consumo de energía se traduce concretamente en una reducción de costos de operación para la empresa y menor aporte en la contaminación para el destino. Todos estos beneficios pueden aumentar si se utilizan, además, fuentes renovables de energía.

- *Gestión de Residuos:* Las actividades turísticas generan un volumen importante de residuos, ya que los turistas cuando están de viaje dejan entre tres y diez veces más residuos que en su lugar de residencia. Esto, sumado a la mala gestión de los residuos por parte de un establecimiento, además de dañar su imagen, se transforma en una fuente de contaminación del agua y el suelo.
- *Conservación de la Biodiversidad:* La diversidad biológica que existe en nuestro país, tanto en ambientes terrestres como en acuáticos, costeros y marinos, contribuye a múltiples procesos de la vida en la Tierra. Es por esto que en aquellas áreas que poseen alto valor ambiental se han establecido, y se seguirán estableciendo, áreas protegidas, públicas o privadas, las que cumplen un papel fundamental en la conservación de la biodiversidad.
- *Medición de la huella de Carbono:* La huella de carbono es el cálculo de la suma de los gases de efecto invernadero (GEI) emitidos, directa o indirectamente, por un individuo, empresa, organización o por el destino en su totalidad, y que provocan, entre otras reacciones adversas, el cambio climático.

5.6.1.1 Beneficios del Sello S

Además de los beneficios propios de la sustentabilidad, tales como: disminución de los costos de operación, mayor eficiencia en los procesos, mejora de la reputación, aumento en el compromiso de los empleados, se vuelve más fácil cumplir con las normas internacionales, disminuye las probabilidades de conflicto con la comunidad, entre otros, también existen beneficios propios del Sello S, estos son:

Difusión y Promoción:

- Identificación en www.chilesustentable.travel;

- Priorización en www.serviciosturisticos.sernatur.cl/;
- Identificación y priorización en www.bookdifferent.com/en/;
- Difusión en redes sociales de SERNATUR;
- Notas de prensa enfocadas en el Sello S;
- Campaña de Activación Sello S y Q;
- Priorización en selección de Feria VyVa;
- Priorización en OIT (oficinas de información turística de SERNATUR);
- Descuento de un 40% en participación de ferias del Programa de Promoción Turística Internacional.

Capacitación:

- al menos 1 curso gratuito de capacitación técnica al año.

Preferencia de uso:

- Priorización de uso de servicios para premios de concursos de campañas SERNATUR;
- Priorización en bases de Programas intrarregionales de Turismo Social de SERNATUR;
- Priorización de uso de establecimientos para ejecutar SIGO (en caso que hayan en los destinos).

5.6.1.2 Hoteles y Hostales en Chile que tienen el Sello S

En Chile hay 102 alojamientos turísticos con la Distinción en turismo sustentable, de los cuales ninguno se encuentra en la ciudad de Viña del mar y tan sólo 3 de ellos son de la Ciudad de Valparaíso, estos son:

- La Valija Hostel
- Casa Galos Hotel
- Hotel Boutique Acontraluz

5.6.1.3 Costo de adquirir el sello S

Primero que todo, para la obtención de Sello S, se debe pasar una serie de etapas antes de lograr obtenerlo, pero es en la 3era etapa, la cual corresponde a la auditoria, donde el prestador de servicios turísticos debe realizar un pago. El valor de la auditoria va entre las 12 a 16 UF por día consultor. A continuación se presenta una tabla en donde mencionan los tiempos de auditoria (Turismo Sustentable Chile, 2018):

Nº de Habitación	Mínimo de días de Auditoría	Máximo de días de Auditoría
1 a 20	1	1
21 a 50	1	1,5
51 o más	1	2

Tabla 1: Tiempos de Auditoría por el N° de Habitación. Fuente: (Turismo Sustentable Chile, 2018).

Nº de Empleados	Mínimo de días de Auditoría	Máximo de días de Auditoría
1 a 25	1	1
26 a 45	1	2
Más de 46	1	3

Tabla 2: Tiempos de Auditoría por el N° de Empleados. Fuente: (Turismo Sustentable Chile, 2018).

Luego cuando la empresa es auditada, el organismo certificador debe enviar el informe a Sernatur, este se revisa y pasa al grupo de empresas que esté listo para presentarse a la Mesa Nacional de Sustentabilidad Turística. Es ahí en donde se evalúa si la empresa cumple y se determina su aprobación sin objeciones, o bien, puede pasar que la empresa quede en calidad *técnica de aprobación* y ahí se debe regular el criterio u observación que la mesa haya planteado (Turismo Sustentable Chile, 2018).

Cabe mencionar, que el pago es solo por auditoria, el Sello S tiene una vigencia de 2 años, cumpliendo ese periodo, si la empresa quiere volver a re-distinguir, se debe re-evaluar nuevamente todo su proceso (Turismo Sustentable Chile, 2018).

5.7 País con avance en las medidas de sustentabilidad

En el mundo existen países que dan cátedra de sustentabilidad, uno de ellos es Dinamarca, a continuación se presentarán las medidas de sustentabilidad que este país está ejerciendo en su territorio.

5.7.1 Dinamarca y sus medidas de sustentabilidad

Dinamarca es un referente mundial en materia de “crecimiento verde”, ya que ha implementado políticas de desarrollo que han compatibilizado exitosamente el crecimiento económico y energético con el cuidado ambiental y social. Así lo indica, por ejemplo, el Índice Global de Economía Verde (GGEI) 2014 que señala que esta nación ofrece uno de los mejores mercados para realizar inversiones, desarrollar empresas y productos de tecnología limpia. O el último Informe Mundial de la Felicidad publicado por la ONU que pone a los daneses a la cabeza del ranking gracias a su alto nivel de calidad de vida (Informe Internacional Dinamarca , 2015).

Buena parte de esos resultados se han obtenido a partir de la implementación de políticas de desarrollo, consensuadas y de largo plazo, que han sabido compatibilizar el crecimiento económico y energético con el bienestar social y el cuidado medioambiental. Clara prueba de ello es que en los últimos 30 años su economía ha crecido más de un 70%, mientras que el consumo energético se ha mantenido estable y las emisiones de dióxido de carbono (CO₂) derivadas del sector energía han disminuido en más de un 10% (Informe Internacional Dinamarca , 2015).

El compromiso y participación cooperativa de todos los sectores (político, empresarial, academia, ciudadanía, etc.) han sido claves para consolidar este modelo de “crecimiento verde” que se puede apreciar en destacados hechos y planes que distinguen a Dinamarca como la estrategia para llegar a ser en el año 2050 el primer país que no utilice combustibles fósiles. Una apuesta de sustentabilidad única en el mundo (Informe Internacional Dinamarca , 2015).

Renovable y Eficiente

En el año 2014, Dinamarca estableció otro récord mundial: el 39,1% de toda su demanda eléctrica fue abastecida mediante energía eólica. Vale decir, sus aerogeneradores – ubicados en mar y tierra– generaron 4 de cada 10 kWh que se consumieron. Estas cifras ratifican el éxito de la decidida apuesta por las energías renovables que el país escandinavo realizó a partir de los años setenta para superar la crisis del petróleo, y que ha sido clave para avanzar hacia un desarrollo cada vez más sustentable. Desde el Ministerio para el Clima y la Energía danés destacan que en los últimos diez años han doblado la producción eólica y que ahora el país se está preparando para que en 2020 la mitad de su consumo eléctrico sea suministrado por las turbinas de viento. En Dinamarca están convencidos de que éste es el

modelo energético a seguir para consolidar su crecimiento verde y contribuir efectivamente a frenar el cambio climático. Tal es así que está implementando una estrategia para dejar de utilizar combustibles fósiles en el año 2050 (Informe Internacional Dinamarca , 2015).

Esta es la primera iniciativa de este tipo en todo el mundo y una de sus gracias es que está bien financiada, mantiene la competitividad de sus actividades productivas y garantiza que los daneses no tendrán que pagar más por la energía. Este plan cuenta con un apoyo transversal en el país. De hecho, representantes del sector industrial la valoran porque al no depender de los combustibles fósiles no estarán expuestos a las grandes fluctuaciones en el precio de la energía (Informe Internacional Dinamarca , 2015).

Para avanzar en esta intención, Dinamarca sigue abriendo espacios a las fuentes renovables como la eólica, la solar, la biomasa y el biogás. Ello se traduce no sólo en la construcción de nuevas instalaciones que aprovechen esos recursos, sino también en la búsqueda de soluciones técnicas para hacer estas plantas cada vez más eficientes y poder, por ejemplo, almacenar la energía producida para utilizarla cuando no sople el viento o no brille el sol. Asimismo, se trabaja en mejorar las redes de distribución de la energía, considerando que algunos parques eólicos se construyen mar adentro, lejos de los lugares de consumo. De hecho, el gobierno danés tiene un proyecto conjunto con Suecia y Alemania para desarrollar la primera “súper-red” de electricidad offshore (en alta mar) del mundo, denominada Kriegers Flak, que podría estar funcionando en 2021 (Informe Internacional Dinamarca , 2015).

Otra línea de acción muy relevante en la Estrategia danesa para abandonar los combustibles fósiles es la eficiencia energética, una práctica que los escandinavos desarrollan con éxito desde que en la década de los setenta se comenzaron a implementar impuestos,

incentivos tributarios, normas, tecnologías, acuerdos con sectores productivos y campañas comunicacionales, entre otras herramientas para fomentarla. En ese contexto, una de las medidas más relevantes fue la instauración masiva, a partir de la década de los ochenta, de centrales de cogeneración que además de producir electricidad con distintos combustibles – incluso residuos orgánicos– actualmente abastecen alrededor del 75% de las necesidades de calefacción en las ciudades del país, según la Asociación Danesa de Calefacción Urbana (DDHA). En coherencia con el modelo de crecimiento verde, este sistema también está evolucionando con miras a calentar los hogares a través de fuentes renovables, como son la cogeneración sólo con biomasa (según datos de la DDHA, cerca del 40% de la calefacción urbana se obtiene por esa vía neutra en emisiones de CO₂), el uso de energía térmica solar o de bombas de calor impulsadas por electricidad procedente de turbinas eólicas (Informe Internacional Dinamarca , 2015).

Neutra en CO₂

En el año 2014 Copenhague fue escogida por la Comisión Europea como la “capital verde” de Europa, las ambiciosas metas de sustentabilidad que se ha propuesto Dinamarca se reflejan en el objetivo que se ha planteado Copenhague: *“ Llegar a ser en el año 2025 la primera ciudad del mundo neutra en emisiones de dióxido de carbono (CO₂) ”*. Para ello ha establecido un plan que apunta a reducir alrededor de 1,2 millones de toneladas de CO₂, manteniendo un alto nivel de crecimiento económico y social. El plan genera otros beneficios ambientales como descontaminación atmosférica, disminución de ruido y mejor calidad de vida. Esto se ha traducido en resultados y metas concretas: entre 2005 y 2011, las emisiones de CO₂ se redujeron en más de 20%, y para fines de este año se espera haber disminuido otro 20% (Informe Internacional Dinamarca , 2015).

Para avanzar en este propósito han sido importantes la integración eficiente y adecuada del tráfico ciclista y el funcionamiento del sistema de calefacción distrital, entre otras medidas. Estas acciones también implican un beneficio económico para los usuarios. De hecho, se espera que los habitantes de Copenhague ahorren un promedio de 537 euros en sus cuentas de electricidad y calefacción cada año, cuando el Plan Climático se haya implementado (Informe Internacional Dinamarca , 2015).

Además, Copenhague trabaja en la adaptación al cambio climático, con iniciativas como las siguientes: desarrollo de diversos sistemas de drenaje para manejar las aguas lluvias; creación de áreas verdes adicionales, construcción de techos y murallas con vegetación para frenar la escorrentía y el riesgo de las inundaciones; el uso de alternativas al aire acondicionado en los edificios, tales como sombrillas, ventilación mejorada y aislación térmica; y construcción de barreras de protección contra las inundaciones y el aumento en los niveles del mar.

Cultura Ciclista

La bicicleta es un verdadero medio de transporte para los daneses, quienes la han integrado adecuadamente al sistema de transporte público y generado la infraestructura para el desplazamiento seguro y rápido de los ciclistas. Sólo en Copenhague, existen 400 km. de ciclovías que permiten recorrer toda la ciudad, además de una súper-ciclovía que conecta el centro con las afueras. Así, no es extraño que ya en 2011 el 35% de sus habitantes prefiriera pedalear para ir a trabajar o estudiar, y que para 2015 se espera que esa cifra llegue al 50%. Más aun considerando su conveniencia para los usuarios y el Estado: según la entidad danesa *State of Green*, la cultura ciclista permite ahorrar 230.000 euros por año en gastos de salud,

a lo que se suman beneficios ambientales como la reducción de ruido y de la contaminación atmosférica (Informe Internacional Dinamarca , 2015).

Reciclar más, Incinerar menos

Por muchos años, Dinamarca se ha distinguido por ser líder mundial en la incineración de residuos para generar energía. Según datos del Ministerio de Medio Ambiente danés, casi el 80% de la basura doméstica se quema de manera controlada, haciendo un aporte relevante a la cogeneración de electricidad y calefacción. Sin embargo, en concordancia con su objetivo de ser un país cada vez más verde, a fines de 2013 se puso en marcha un nuevo plan de gestión denominado “Dinamarca sin residuos-Reciclar Más, Incinerar Menos”, que busca aumentar significativamente su tasa de reciclaje que apenas supera el 20%. En ese marco, hoy se trabaja para sustituir gradualmente la incineración por la recogida selectiva de residuos orgánicos para producir biogás y compost; reciclar el plástico y papel que hoy se quema; y enviar a vertederos especiales los materiales tóxicos en lugar de liberarlos al aire a través de la combustión (Informe Internacional Dinamarca , 2015).

Esta transición al reciclaje implica un gran desafío para los daneses, pero al interior del mismo país ya existen buenos ejemplos de cómo hacerlo, como la comuna de Vejle que recicla el 75% de sus residuos domiciliarios. Dinamarca también destaca por la adecuada gestión de las aguas residuales, lo que ha permitido entre otras cosas recuperar áreas para fines recreacionales y turísticos (Informe Internacional Dinamarca , 2015).

Cooperación internacional

Otra cualidad de los daneses es su colaboración para buscar soluciones a las problemáticas globales. En materia ambiental propiamente tal, la nación escandinava aparece como una de las mejor preparadas para enfrentar las consecuencias del cambio climático (según el Índice de Adaptación Global publicado por la Universidad de Notre Dame, Estados Unidos) y tiene una activa participación en los foros globales que abordan este fenómeno. Asimismo, desde el año 2011, Dinamarca organiza el Foro Global de Crecimiento Verde (3GF), instancia que busca facilitar la cooperación entre representantes de distintos gobiernos y empresas para diseñar estrategias y soluciones que permitan disminuir la presión sobre los recursos naturales e impulsar el “crecimiento verde” a escala mundial (Informe Internacional Dinamarca , 2015).

De ese modo, Dinamarca apunta a cumplir con una de sus metas declaradas: fomentar la transición global hacia un mundo más verde. Una intención que confirma a este país como un ejemplo de sustentabilidad.

5.7.1.1 State of Green

La organización State of Green es una asociación público-privada sin ánimo de lucro de este país cuyo objetivo es fomentar el contacto con iniciativas danesas a actores internacionales interesados en avanzar hacia la transición ecológica (State of Green , s.f.).

Miembros de State of Green

La asociación, con sede en Copenhague, está formada por:

- Gobierno danés
- Confederación de la Industria Danesa

- Asociación Danesa de Energía
- Consejo Danés de Agricultura y Alimentación
- Asociación Danesa de la Industria Eólica

El Príncipe Heredero Frederik de Dinamarca, es el mecenas de la asociación.

State of Green es también un *hub* donde convergen más de 600 empresas, instituciones gubernamentales, académicas, expertos e investigadores, y en definitiva los principales actores daneses que trabajan para impulsar la transición global a un medio ambiente bajo en carbono y eficiente en el uso de los recursos, el agua y la energía. *State of Green*, tal como ellos mismos subrayan, ofrece “inspiración, diálogo o asociación” (*State of Green*, s.f.).

Estas son algunas iniciativas escogidas por *State of Green* dentro de los objetivos de desarrollo sostenible y economía circular y colaborativa en Dinamarca:

- *Simbiosis de Kalundborg* (Las empresas utilizan productos residuales de otras): Es una simbiosis industrial llevada a cabo en este municipio donde un subproducto o producto residual de una empresa se utiliza como recurso por parte de otra empresa. A través de un sistema de colaboración local, las empresas públicas y privadas compran y venden productos residuales entre sí, obteniendo beneficios económicos y ambientales mutuos al hacerlo. Así se combina la lógica de los ecosistemas de la naturaleza con las del sistema económico. Esta experiencia comenzó hace más de 40 años.
- *Compartir Automóvil*: En Dinamarca, un automóvil promedio transporta a 1,4 personas en la carretera y gasta alrededor de 23 horas por día ocupando espacio

de estacionamiento. La plataforma de GoMore ofrece un servicio que permite a los conductores invitar a personas a dar un paseo en un viaje ya planificado. Así aumenta la cantidad de personas en los coches y reduce el número de coches en las calles. Esta solución de viaje es más barata tanto para el propietario del automóvil como para el pasajero.

- *Reciclaje de césped:* La compañía Re-Match utiliza tecnología patentada de vanguardia para obtener del césped artificial desgastado componentes limpios y sin procesar, que luego pueden reutilizarse o reciclarse en la industria del césped o en otras. Esta tecnología permite que casi el 100% de los componentes pueden reutilizarse o reciclarse.
- *Botellas de cervezas biodegradables:* El 45% de las emisiones de CO2 del grupo Carlsberg proviene del envasado. Por esta razón el grupo ha iniciado una asociación con la empresa danesa ecoXpac, Innovation Fund Denmark y la Universidad Técnica de Dinamarca para desarrollar la primera botella de cerveza completamente biodegradable del mundo fabricado con fibra de madera. El proyecto es una de las actividades en la Comunidad Circular de Carlsberg, una plataforma para desarrollar productos más sostenibles con socios de todo el mundo.
- *Fabricación de nuevos aislantes con antiguos aislantes:* Los métodos tradicionales de eliminación de residuos de la construcción se están reemplazando por una nueva alternativa en la que colaboran distintas empresas. Estos residuos se entregan a RGS90, una empresa que se especializa en el procesamiento, clasificación, eliminación y reciclaje de productos de desecho. El aislamiento

ROCKWOOL reciclable y los paneles acústicos ROCKFON se separan del aislamiento no reciclable para ser granulados. Las porcelanas y los sanitarios se trituran antes de enviarlos a las instalaciones de producción de ROCKWOOL, donde se utilizan para fabricar nuevos aislantes.

- *Bombas de agua de última generación:* Las bombas son un ejemplo de dispositivos utilizados en muchas aplicaciones industriales. Una buena parte de todas las bombas instaladas hoy en día son ineficientes y consumen hasta un 60% de energía en exceso. La compañía danesa, especializada en este campo, Grundfos, cambió la bomba principal que entregaba agua para enfriar la línea de producción de una factoría en Yokohama. Esto ha permitido a la compañía reducir drásticamente los costos de energía en más de un 50%.
- *Inversión en la cadena de valor en crías de cerdo:* Danish Crown, uno de los mayores productores de carne de cerdo del mundo, es cooperativamente propiedad de agricultores daneses. Es también uno de los productores de carne más eficientes del mundo. El secreto se halla en las inversiones en la cadena de valor en aspectos como: la cría de animales, nuevos establos eficaces, la optimización de alimentos, el reciclaje de nutrientes, así como la mejora de la eficiencia energética y del uso del agua, la logística y la reutilización de subproductos.
- *Ladrillos 100% circulantes:* Gamle Mursten (en danés “viejos ladrillos”) es una compañía de producción de tecnología limpia a gran escala orientada a que los residuos de la construcción se puedan reutilizar sin el uso de ningún producto químico. Los ladrillos viejos se recogen, se limpian con tecnología de vibración,

y se envían a los lugares donde se desarrolla actividad constructiva. Al ahorrar más del 95% de la energía que se usa para fabricar ladrillos nuevos, este método es un ejemplo de economía circular casi perfecta.

5.7.1.2 Crowne Plaza Copenhagen Towers

Crowne Plaza Copenhagen Towers es un hotel internacional de cuatro estrellas inaugurado el 2009, es el primer hotel de Dinamarca que se ha unido al UN's Global Compact y ha sido nombrado el hotel más verde del mundo por las Naciones Unidas en el año 2013. A primera vista no parece que se pueda incorporar a la lista de hoteles sostenibles, sin embargo este hotel se caracteriza por su compromiso con la sostenibilidad y su bajo consumo energético., este edificio ahorra 1.373 toneladas de CO2 anualmente. Es el primer hotel en Dinamarca que ha cumplido con las normas del Programa de Construcción Verde de la UE y los estándares de construcción Danesa para baja energía, pues el edificio del hotel es CO2 neutral (Conciencia Sustentable Abilia, 2018).

Además, ha sido galardonado con numerosos reconocimientos ambientales, ha logrado el nivel más alto de la Certificación Green Engage, ‘Nivel 4 Líder’, ha sido galardonado con la certificación ecológica Green Key, y en 2011 fue nombrado el Hotel más Verde del Mundo según Four Green Steps; recibió el premio “det gyldne søm” (el clavo de oro) para la construcción más innovadora y respetuosa con el medio ambiente (Conciencia Sustentable Abilia, 2018).

La fachada del hotel integra paneles de energía solar fotovoltaica e inversores TripleLynx para reducir el consumo de energía. En el sótano del hotel se encuentra el sistema de refrigeración y calefacción a base de agua subterránea “Aquafer Thermal Energy Storage (ATES)”. Este sistema utiliza agua subterránea fría para enfriar las habitaciones durante el

verano, mientras que el calor desechado durante este proceso se vuelve a utilizar para la calefacción durante el invierno. Esto hace del hotel Crowne Plaza el primer hotel eficiente energéticamente en Dinamarca y uno de los primeros de su tipo en el mundo. Alta calidad en el aspecto social y ambiental son los elementos clave en la creación del hotel (Conciencia Sustentable Abilia, 2018).

El Crowne Plaza Copenhagen Towers está situado en el centro de la ciudad, donde las más de 300 habitaciones esperan su llegada y se distribuyen en 26 plantas. Crowne Plaza hotel está construido de acuerdo con el Danish Low Energy Class 2 standard, lo que significa que el consumo de energía no debe exceder de 42.6 kWh al año por m², reduciendo el consumo de energía en un 53% con respecto a los hoteles convencionales (Conciencia Sustentable Abilia, 2018).

La idea del hotel no era sólo generar una gran parte de la energía utilizada, sino también ahorrar tanta energía como sea posible. Aparte de este concepto ingenioso, el hotel es conocido como el primero de Dinamarca en recibir la totalidad de su energía a través de fuentes renovables y sostenibles. Los paneles solares y un sistema basado en aguas subterráneas para la calefacción y refrigeración permiten al Crowne Plaza conservar recursos valiosos. Una de las iniciativas clave de ahorro de energía es la instalación de un sistema basado en las aguas subterráneas. Se basa en la idea de reciclar la energía y proporciona calefacción y refrigeración a las 366 habitaciones del hotel, la sección de la sala de conferencias, cocina, restaurante y al edificio de oficinas auxiliar. Este sistema es el primero de su tipo en Dinamarca, y se ahorra hasta un 90% de la energía utilizada para la regulación del clima en el interior del hotel (Conciencia Sustentable Abilia, 2018).

Una gran cantidad de medidas de ahorro de energía y medioambientales, así como medidas socialmente amigables se aplican en el interior, además de en la construcción. Por ejemplo, un control inteligente de iluminación y fuentes de luz de bajo consumo, pantallas planas LED en cada habitación del hotel y el control por ordenador de todos los equipos electrónicos. Esto asegura que el consumo se mantenga tan bajo como sea posible, especialmente cuando las habitaciones están vacantes. Además, todos los componentes de la infraestructura del hotel se eligieron por razones de eficiencia energética y el grado de reutilización. Por otra parte, toda una serie de bombas en el edificio circulan el agua de la calefacción interior del hotel y el sistema de refrigeración, se varía la velocidad de forma controlada por convertidores de frecuencia y se contribuye al mayor ahorro de energía en el sistema de bombeo (Conciencia Sustentable Abilia, 2018).

Allan L. Agerholm, administrador de Crowne Plaza Copenhagen Towers, dice que: “Sólo usamos fuentes de energía eficiente de luz, las últimas tecnologías verdes en equipos de cocina e incluso el secador de pelo del baño es eficiente energéticamente” (Conciencia Sustentable Abilia, 2018).

El hotel es más de lo que esperas de un hotel regular. No a causa de la alta calidad en general, sino debido a la alta conciencia ambiental y social que implica para todo el hotel desde el personal, sobre el diseño de interiores, requisitos de descomposición orgánica en los aseos, producción energética en el gimnasio, etc. Las habitaciones tienen vistas al skyline de Copenhague y la Región de Øresund. Y los huéspedes pueden pasar del mini-bar y montarse en una bicicleta estática, generadora de electricidad, y ganar puntos para una comida gratis en el restaurante (Conciencia Sustentable Abilia, 2018).

“Las bicicletas invitan a los clientes a ejercitarse de nuevas maneras que benefician a su salud personal y bienestar, así como al medio ambiente en general. Los huéspedes literalmente proporcionan la energía en el hotel. Por un lado, la bicicleta podría representar un acto simbólico sostenible. Y por otro, también presenta la situación socio-eco-concienciar actual que se aplican en el sector servicios “, afirma sobre este tema el Director general de Crowne Plaza Copenhagen Towers, Allan L. Agerholm (Conciencia Sustentable Abilia, 2018).

La idea de comida gratis se inició como un método alternativo para mejorar la salud de los huéspedes y reducir su huella de carbono que beneficia al medio ambiente local y mundial en general. Las bicicletas están conectados a varios generadores que requieren que los clientes pedaleen durante unos 15 minutos para producir 10 vatios-hora de electricidad. iPhones conectados a las bicicletas muestran la cantidad de potencia que se genera. Alguien en relativa buena forma puede producir hasta 100 vatios por hora en 60 minutos. Por lo tanto, si usted está en la vida sana, la sostenibilidad y la planificación de un viaje a Copenhague, es posible que desee hacer su estancia socio-ecológico (Conciencia Sustentable Abilia, 2018).

Además Todos los residuos orgánicos del hotel se procesan y se almacenan en un tanque en el sótano, para posteriormente ser transportados a una planta de biogás y poder así utilizarse para fertilizar tierra agrícola (Conciencia Sustentable Abilia, 2018).

Otro de sus puntos fuertes en su política de Responsabilidad Social Corporativa que incluye la diversidad como prioridad en la contratación de personal. El Crowne Plaza Copenhagen es miembro del Pacto Mundial de Naciones Unidas, que pide a las empresas que adopten y promulguen, un conjunto de valores en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anticorrupción (Conciencia Sustentable Abilia, 2018).

6. METODOLOGÍA

6.1 Necesidad de información

La investigación realizada tiene un enfoque sobre la sustentabilidad de los hoteles y hostales, es decir, se pretende profundizar acerca de los servicios que ofrecen estos alojamientos turísticos, como también todo el manejo operacional que tiene el lugar, con el propósito de recopilar información sobre el grado de conocimiento que tienen con respecto a este tópico y las medidas de sustentabilidad o sostenibilidad que han implementado o no en sus establecimientos, con el fin de crear una propuesta de incentivo para que hoteles y hostales quieran tomar medidas de sustentabilidad en sus servicios.

6.2 Estudio a realizar

Dado que actualmente existe una escasa información sobre las medidas de sustentabilidad que están implementado los hoteles u hostales en Chile, se realizó la metodología de una investigación cualitativa exploratoria, el cual tiene como objetivo suministrar datos actuales sobre el comportamiento de percepciones, actitudes y motivaciones del individuo (Investigación de mercados: Un enfoque aplicado, 2003).

La investigación exploratoria puede utilizarse para examinar si el entorno del problema ha cambiado o no, o para ver si existen nuevas alternativas. La unidad de toma de decisiones puede encontrar que actualmente existe información adecuada, dados los hallazgos de la fase exploratoria, y puede proceder a tomar una decisión sin realizar una investigación concluyente. O bien, en otra situación, la investigación exploratoria puede utilizarse para identificar las opciones de decisión que son de bajo riesgo y que no requieren de la fase de investigación concluyente (Investigación de mercados: Un enfoque aplicado, 2003).

Asimismo, la metodología cualitativa no se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible. En investigaciones cualitativas se debe hablar de entendimiento en profundidad en lugar de exactitud ya que se trata de obtener un entendimiento lo más profundo posible. (Magliano, 2009). Es decir, se pretende conocer y comprender el por qué los hostales u hoteles están o no implementando medidas de sustentabilidad en sus servicios.

Además, la técnica de estudio utilizada corresponde al estudio descriptivo. Muy frecuentemente el propósito del investigador en este tipo de estudio es describir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Es decir, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así, y valga la redundancia, describir lo que se investiga (Dankhe, 1986).

6.3 Descripción del instrumento y justificación

El instrumento utilizado para llevar a cabo esta investigación es Entrevistas en Profundidad no estructurada, ya que se acomoda a los requerimientos de la necesidad de información.

La entrevista en profundidad puede definirse como una entrevista personal no estructurada que utiliza la indagación exhaustiva para lograr que un solo encuestado hable libremente y exprese en detalle sus creencias y sentimientos sobre un tema. El propósito de esta técnica es llegar más allá de las reacciones superficiales del encuestado y descubrir las

razones fundamentales implícitas en sus actitudes y comportamiento. Esta técnica es útil para desarrollar hipótesis, definir problemas de decisión y formular cursos de acción. (Investigación de mercados: Un enfoque aplicado, 2003).

La entrevista en profundidad tiene las siguientes características:

- Se utilizan muestras pequeñas de conveniencia o por grupos
- La información que se busca se relaciona con las motivaciones, las creencias, los sentimientos y las actitudes de los encuestados
- Se utiliza un enfoque intuitivo y subjetivo en la recolección de datos
- El formato de recolección de datos es de respuesta abierta
- El enfoque no pretende suministrar

Además, la entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. La entrevista es muy ventajosa principalmente en los estudios descriptivos y en las fases de exploración, así como para diseñar instrumentos de recolección de datos (Díaz, Torruco, Martínez, & Varela, 2013).

Como se mencionó anteriormente, la entrevista es de carácter ‘‘No estructurada’’, pues este tipo de entrevistas presenta un grado mayor de flexibilidad, debido a que parte de las preguntas planeadas pueden ajustarse a los entrevistados (Díaz, Torruco, Martínez, & Varela, 2013).

La realización de las entrevistas fue de forma personal e individual, con el dueño o gerente o administrador o recepcionista del hotel u hostel respectivo que cuente con la

información necesaria, y al mismo tiempo se grabó el diálogo con el entrevistado, con el propósito de tener la información más fidedigna posible.

Con la finalidad de generar un ambiente propicio para la obtención de información detallada, profunda y trascendente para la investigación en cuestión (Ver entrevista en anexo 12.1), se elabora una estructura funnel para crear distintas categorías, y así confeccionar una serie de preguntas que van desde un tema general a lo particular:



Ilustración 3: Modelo Funnel. Fuente: Elaboración propia.

6.4 Muestra

El tamaño de la muestra corresponde a 30 entrevistas a hoteles u hostales de Valparaíso y Viña del mar, de las cuales 16 pertenecen a la ciudad de Valparaíso y 14 a la ciudad de Viña del mar (Ver lista de Hoteles y hostales en Anexo 12.4).

- Ciudad de Valparaíso: 10 hoteles y 4 hostales
- Ciudad de Viña del Mar: 7 hoteles y 9 hostales

En primera instancia, se buscó por internet las zonas con mayor agrupación de hoteles y hostales, con el fin de identificar los lugares a recorrer. Los lugares encontrados fueron los siguientes:

- Ciudad de Viña del mar: Sector oriente, Sector Poniente, Calle libertad, Calle Viana, Calle Álvarez
- Ciudad de Valparaíso: Cerro Concepción, Cerro Alegre, Calle Sotomayor, Calle Molina

Con respecto a Tamaño de los hoteles u hostales, se entrevistaron a grandes, medianas y pequeñas ya que es importante conocer la opinión de todos.

Por otro lado, las personas entrevistadas son las que tienen mayor conocimiento sobre los servicios y medidas que tienen los hoteles u hostales, es importante mencionar que no precisamente las personas con mayor cargo saben esta información. Los cargos fueron los siguientes:

- Dueños
- Administradores
- Gerentes
- Recepcionistas

Respecto al tamaño de la muestra, éste se justifica debido a que se está realizando un estudio cualitativo. En esta modalidad de aproximación puede trabajarse con números relativamente pequeños de unidades de observación, incluso en ocasiones con un único caso. Cada unidad, o conjunto de unidades, es cuidadosa e intencionalmente seleccionada por sus

posibilidades de ofrecer información profunda y detallada sobre el asunto de interés para la investigación (Martínez, 2012).

Por este motivo, el tipo de muestreo escogido fue el muestreo por conveniencia, no se funda en ninguna consideración estratégica ni se rige por alguna intención teórica derivada del conocimiento preliminar sobre el fenómeno, sino que depende básicamente de la accesibilidad de las unidades, la facilidad, rapidez y bajo costo para acceder a ellas (Martínez, 2012).

6.5 Recursos Necesarios y Planificación de investigación de campo

Para el correcto desarrollo de las entrevistas se necesitó un teléfono con grabadora con la finalidad de obtener toda la información del entrevistado, y así no cometer algún sesgo de la información entregada. Es importante notificar la grabación de la reunión al entrevistado y realizar notas respecto del comportamiento de los involucrados y observaciones del momento.

Además, se ha de contar con un protocolo formal al momento de aplicar la entrevista en profundidad. Se hace una breve presentación del entrevistador y una breve explicación de la actividad (Ver Presentación del entrevistador en anexo 12.2). Luego, queda explícita la confidencialidad y el correcto uso de la información recabada para establecer un lazo de confianza entre las partes y así solicitar la autorización de la grabación de la entrevista.

7. RESULTADOS

7.1 Metodología del Análisis

El tipo de análisis empleado fue el análisis de *Reducción y Categorización de la información* ya que con este método se quiere llegar al objetivo de encontrar las variables, atributos y formulación de constructos de interés para diseñar una propuesta de cómo incentivar a los hoteles y hostales a tomar medidas de sustentabilidad.

Con respecto a este análisis, Según Taylor y Bogman en su literatura contemporánea sobre los métodos cualitativos de investigación, proponen tres subprocesos vinculados entre sí para realizar el estudio (Universidad de Jaén , 2015):

- a) *La reducción de datos*, orientada a su selección y condensación y se realiza bien anticipadamente (al elaborar el marco conceptual, definir las preguntas, seleccionar los participantes y los instrumentos de recogida de datos), o una vez recolectados mediante la elaboración de resúmenes, codificaciones, relación de temas, clasificaciones, etc., (Universidad de Jaén , 2015).
- b) *La presentación de datos*, orientada a facilitar la mirada reflexiva del investigador a través de presentaciones concentradas, como pueden ser resúmenes estructurados, sinopsis, croquis, diagramas, etc., (Universidad de Jaén , 2015).
- c) *La elaboración y verificación de conclusiones*, en la que se utilizan una serie de tácticas para extraer significados de los datos, como pueden ser la comparación/contraste, el señalamiento de patrones y temas, la triangulación, la búsqueda de casos negativos, etc.

Taylor-Bogdan proponen un enfoque basado en tres momentos (descubrimiento, codificación y relativización) que contienen hasta cerca de una veintena de acciones que buscan “*el desarrollo de una comprensión en profundidad de los escenarios o personas que se estudian*”. Su claridad en la exposición y detallada descripción de cada operación resulta especialmente útil para iniciarse en los modos de análisis cualitativo, si bien su aparente secuencialidad no ha de hacer perder la perspectiva del movimiento circular que caracteriza a este tipo de análisis (Universidad de Jaén , 2015).

Sobre estos procesos de tratamiento detallado de los datos hay que considerar la doble perspectiva. El análisis interno del caso va a proporcionar una comprensión interna del fenómeno estudiado, como hacen las investigaciones etnográficas en las que predomina el estudio de un solo caso, mientras que el análisis entre casos, realizado con métodos múltiples para el estudio de grupos de individuos dentro de varios escenarios, va a permitir extender la validez interna, así como refinar y asentar conceptos y proposiciones de naturaleza teórica (Universidad de Jaén , 2015).

Ahora bien, como se mencionó anteriormente se realizaron entrevista en profundidad a través de un trabajo de campo, de forma presencial, a hoteles y hostales de Valparaíso y Viña del mar, es decir, a dueños, gerentes, administradores, o bien, recepcionistas que cuenten con la información necesaria, a fin de encontrar las percepciones, opiniones, motivaciones, necesidades y problemas de éstos.

Para lograr el objetivo que se mencionó al comienzo, en primera instancia, luego de la realización de las entrevistas se prosiguió a transcribir cada una de ellas bajo los criterios correspondientes de formato, posteriormente se comenzó hacer una tabla resumen con el análisis de cada una de las entrevistas (Ver tabla resumen en anexo 12.3), logrando reducir

los datos y así obtener solamente la información que concierne, como por ejemplo: la capacidad del lugar, los meses de alta demanda, los servicios que ofrecen, el conocimiento que tienen sobre la sustentabilidad, turismo sustentable y hotel sostenible, o bien, su percepción sobre el cuidado del medio ambiente, así como también, si conocen el sello S. Por otro lado, saber su opinión o percepción que tiene sobre el gobierno, municipalidad y Sernatur sobre la difusión que entregan o no a la comunidad hotelera, además de saber las problemáticas o dificultades que tienen al momento de la implementación de medidas de sustentabilidad en sus servicios, o bien, el por qué no han podido implementar tales medidas.

Finalmente se hizo un análisis en conjunto con las 28 entrevistas realizadas con el fin de obtener resultados globalizados de las variables y/o atributos, los cuales posteriormente dan origen a aquellos constructos que forman parte de una estructura clara. Los constructos pretenden explicar el comportamiento de los hoteles y hostales sobre las motivaciones que tienen al querer implementar medidas de sustentabilidad en sus servicios o de por qué no quieren implementar tales medidas.

7.2 Análisis de los resultados

Según el análisis realizado en las entrevistas, se encontró que casi la mitad de los hoteles y hostales no tienen conocimiento de los conceptos de sustentabilidad, turismo sustentable y hotel sostenible, para ser más preciso fueron 16 establecimientos que no supieron explicarme el significado de aquellos tópicos, si bien mencionaban que en algún lugar habían escuchado esas palabras, no sabían más que eso. Por otro lado, los otros 14 establecimientos tenían bastante noción del tema, pudieron explicarme con sus palabras el significado, si bien, no manejaban el concepto global, fueron capaces de describir y explayarse en los temas.

Con respecto al conocimiento del sello S, al preguntar sobre este sello a los hoteles y hostales, solamente 7 establecimientos tenían conocimiento, 6 mencionaban que alguna vez lo habían escuchado pero ninguno de ellos sabía en qué consistía ese distintivo y los otros 16 jamás habían oído sobre el sello S. Siguiendo con los 7 primeros, 3 de ellos tienen el sello S, estos son: “Casa Galos Hotel”; “La valija hostel” y “Hotel Acontraluz”, estos tres alojamientos mencionaron que siempre tuvieron en sus planes implementar medidas de sustentabilidad en sus establecimientos cuando comenzaron este negocio, además es importante decir, que una parte de la estructura de Casa Galos Hotel fue construida con material reciclado y también es un recinto patrimonial.

Posteriormente, a los hoteles y hostales que no tenían conocimiento se les explicó en qué consistía y los beneficios que conllevan tenerlo, varios de los entrevistados señalaron que no les interesaba el sello ya que no les entregaba un beneficio económico, es decir, no les iba a generar un aumento de clientes, debido que a los turistas no les importa que un hotel u hostel tenga un sello. Por otro lado, en relación a la “promoción y difusión” que entrega el distintivo, ellos mencionaron que las redes sociales de Sernatur no las ve nadie, que con “Booking” podían cubrir toda la publicidad, y es una página que a nivel mundial todos lo conocen y tiene más alcance que cualquier difusión de Sernatur.

Ahora bien, con respecto a las medidas de sustentabilidad en los servicios que tienen los hoteles y hostales, se pudo desprender de las entrevistas que al menos veinte de los entrevistados no tomaban medidas para cuidar el medio ambiente, si bien, al preguntar y al recabar información se logró encontrar algunas medidas, ellos no estaban conscientes de que tales medidas ayudaban a proteger el medio ambiente, por ejemplo, todos los establecimientos tenían implementadas luces de reducción energética, pero su objetivo nunca

fue ayudar con el ahorro de energía, algunos lo hicieron por los beneficios propios al disminuir los gastos de electricidad, o bien, porque ya no se encuentran de las antiguas luces. Asimismo, con el reciclaje, muy pocos alojamientos reciclaban, una de las razones que la mayoría nombró fue por la escasa cantidad de contenedores, ellos mencionaban que son muy pocos los dispensadores que hay en la ciudad y a la vez están muy lejanos, también explicaban que cuando llegaban a los contenedores siempre estaban llenos y rebalsaban.

Siguiendo con las medidas de sustentabilidad, no más de diez establecimientos, señalaron que tomaban medidas para proteger el medio ambiente, es decir, reciclaban vidrio, plástico, comida orgánica, no usaban bolsas plásticas, contaban con paneles solares, recomendaban a sus huéspedes a no utilizar transporte, sino caminar, o bien, dejar sus automóviles en el alojamiento y tomar transporte público, también usan carteles en las habitaciones, baños y espacios compartidos con sugerencias para el mejor uso del agua, energía, toallas, etc. En relación a los tres establecimientos que cuentan con el sello S, además de esas características, recomendaban a los comercios de los alrededores para ayudar con la economía local, uno de ellos, tenía un huerto con verdura y frutas, todo su personal está capacitado con las medidas de sustentabilidad, ya que se rigen con el distintivo y deben cumplir con todas las normas para mantener el sello.

Continuando con la información, cuando el entrevistado no sabía sobre el tema de sustentabilidad, turismo sustentable y hotel sostenible, se les daba a conocer las definiciones de cada una de ellas, pero luego de entregar la información, en varias ocasiones salió la contra pregunta ¿Cómo puedo aplicar las medidas a mi hotel u hostel?, es decir, aun explicándoles no lograban relacionarlo, por ende, se proseguía a dar ejemplos de medidas a aplicar, y ahí comenzaban a explayarse, muchos explicaron que sí tomaban algunas medidas de

sustentabilidad como se mencionó anteriormente, pero no era con la intención de ayudar al medio ambiente, sino para ahorrar gastos. También, en dos oportunidades los entrevistados señalaron que el rubro de la hotelería no generaba una gran contaminación, incluso uno de ellos mencionó que no creía necesario tener que hacer algo al respecto. Por otra parte, la mayoría de los hoteles y hostales coincidieron en que la verdadera razón de no tomar medidas, era por el gran costo que conlleva la implementación, de por ejemplo, paneles solares, el re cambio de todas las luces del alojamiento a luces de reducción energética, o bien, la idea de no tener que lavar todos los días o implementar una política o regla que prohibiera el cambio de sábanas o toallas a diario era muy complicado ya que los turistas principalmente nacionales no tenían ese hábito de cuidar al medio ambiente.

Por lo demás, la mayoría indicaban que pagar por un sello de sustentabilidad era casi inviable para ellos debido a que en temporada baja tenían muchas pérdidas, por tanto, el gasto de cumplir con todas las normativas del sello y adicionalmente el pago de adquirirlo no era una opción para su hotel u hostel, más aún cuando para ellos el sello no les traía ningún “beneficio significativo”, ya que al mencionarle los beneficios que tenía este sello señalaban que nadie veía Sernatur, que la “promoción y difusión” que el sello entregaba para los hoteles y hostel, ellos ya la tenían con la página de Booking, allí tenían toda la promoción que necesitaban, como se mencionó anteriormente.

Posteriormente, se les preguntó si han visto incentivos por parte del Gobierno, Municipalidad y Sernatur, a lo que respondieron la gran mayoría, que nunca han visto incentivos ni preocupación para tomar medidas de sustentabilidad por parte de aquellas entidades, señalaron que jamás habían venido a sus recintos a hablar sobre el tema ni ofrecerle el sello, algunos dijeron que alguna vez llamó Sernatur, pero solamente para saber

el porcentaje de ocupación que iba a tener el hotel u hostel en alguna época festiva o feriados. Por otro lado, no más de cinco establecimientos dijeron que sí habían visto incentivo por parte de Sernatur o la Municipalidad, con mails invitándolos a charlas sobre el tema de sustentabilidad, o bien, viniendo con empresas externas al hotel u hostel para ofrecerles el sello S. Además señalaron que existen fondos de Sercotec o Corfo para obtener dinero, pero no son fondos que sean destinados a los hostales u hoteles que quieran implementar medidas de sustentabilidad, si no que “valoran” un poco más a aquellos negocios postulados por tener esa ventaja de sustentabilidad. Y por supuesto, los tres establecimientos con el distintivo indicaron que constantemente viene la municipalidad o Sernatur a fiscalizar y ver que todo está correctamente ejecutado.

Luego, se les preguntó si les gustaría que el Gobierno hiciera una política obligatoria sobre sustentabilidad con los hoteles y hostales, a lo que la gran mayoría respondió negativamente a este acto, o bien, dependería si esas políticas vinieran en conjunto con beneficios al recinto, ellos señalan que el gobierno no solamente debe exigir, sino también entregar ayuda para llevar a cabo esa exigencia que se les está imponiendo, debido a que sienten que es suficiente la carga tributaria que se les imponen, como para agregar una exigencia más que podría afectar la viabilidad económica de su negocio. Otros alojamientos consideraban que era necesario una política obligatoria pero para toda la comunidad, no solamente el rubro hotelero, ya que mencionaban que a las personas se les debe obligar para que empiecen a tomar conciencia sobre cuidar el medio ambiente. Por otro lado, uno de los alojamientos que posee el sello S señaló que no le gustaría la idea de una política obligatoria, por ejemplo, que el distintivo de sustentabilidad se vuelva una obligación a los hoteles y hostales, ya que tendrían problemas en la diferenciación porque según menciona, a todos los

establecimientos les interesa ser sustentables, además indica que no todos los turistas buscan la misma “experiencia” de un hotel sostenible.

Siguiendo con el análisis, al preguntar si ellos creían que sus huéspedes valorarían medidas de sustentabilidad en sus establecimientos, la mitad de los entrevistados comentaron que sí lo valorarían, pero gran parte de ellos destacaron, que quiénes lo valorarían serían sus huéspedes extranjeros, principalmente europeos, no así el turista nacional, por otra parte, aquellos que comentaron lo contrario, señalaron que a los huéspedes le interesa la economía y la ubicación del lugar, y no así las medidas de sustentabilidad que ellos puedan implementar, en efecto, los tres alojamientos que tienen el sello S, indicaron que sus huéspedes no los elijen por tener medidas de sustentabilidad, son otros los factores relevantes, aunque cuando llegan al hotel u hostel y se percatan de las medidas sustentables que aplica el lugar, son muy bien valoradas por todos ellos.

Finalmente, los incentivos que los dueños, administradores, gerentes o recepcionistas necesitan, según su opinión para poder implementar medidas de sustentabilidad en sus alojamientos, es en primera instancia, alguna estrategia de reciclaje, ya que la gran mayoría de los entrevistados señalaron que han querido reciclar pero no han tenido éxito debido a que hay muy pocos contenedores, y los pocos que se encuentran a disposición están muy lejanos o sino al momento de ir de depositar se encuentran repletos, muchos de ellos indicaron que tampoco pueden acumular en sus establecimientos porque no cuentan con una bodega, la basura la deben ir eliminando cada día, porque en un día se acumula demasiados desechos, plásticos, vidrio, etc. Otro incentivo mencionado es el apoyo económico, ya sea con subsidio o fondos, para poder implementar medidas de sustentabilidad, como por ejemplo, paneles solares, o bien, sugirieron algún premio o facilidades tributarias o en la patente, o

disminución de impuesto por implementar medidas de sustentabilidad en sus establecimientos.

También señalan que falta mucho más interés, motivación y difusión del tema de la sustentabilidad con los hoteles y hostales, quieren que Sernatur vaya a sus recintos a invitarlos a charlas, cursos, seminarios o a darles asesoramiento sobre cómo implementar las medidas en sus servicios, necesitan el apoyo de las autoridades para poder tomar actos en el asunto. Del mismo modo, indicaron la necesidad de que el Gobierno o la Municipalidad promocionen a Viña del Mar y Valparaíso como un lugar turístico, es decir, crear un programa que ayude al aumento de turistas, porque cada vez hay más competencia, y principalmente están muy disgustados con la municipalidad por no fiscalizar a las residencias clandestinas que ha provocado una baja en la ocupación de sus establecimiento, estimulando así una caída en sus ganancias, algunos mencionaban que en los últimos tres años se ha hecho difícil lograr una temporada alta del 100% de ocupación, por el contrario, va en bajada y que la temporada baja es peor aún, llegan a tener pérdidas, por tanto, es imposible que además ahorren dinero para invertirlo en medidas sustentables para el hotel u hostel, ellos se sienten desprotegidos por parte de las autoridades.

Continuando con los incentivos, los entrevistados sugirieron que al hotel u hostel que esté tomando o implementando medidas de sustentabilidad se les debería premiar con mayor publicidad, por ejemplo, en los diarios, recomendando al establecimiento. Igualmente sugirieron que un punto importante es educar a la comunidad ya que ellos a la hora de elegir un hotel u hostel, se fijan en lo económico y en la ubicación, y no en que el lugar esté tomando medidas para proteger el medio ambiente, así también lo señalaron los tres establecimientos que tienen el sello S, ya que los huéspedes que llegan no los prefieren por tomar medidas de

sustentabilidad, sino por el precio, el sector en que están ubicados, etc. Otro punto importante que señalaron fue la seguridad de los turistas, ya que consideran que están muy desprotegidos los turistas extranjeros, dos de los entrevistados mencionó que hay muchos robos hacia los extranjeros y estos no pueden dejar denuncia inmediatamente, según una de las entrevistadas, la fiscalía los cita para tres meses más, y por supuesto la persona no puede esperar ese tiempo, entonces, eso ha generado mucho miedo entre ellos y creen que eso perjudica a la llegada de nuevos pasajeros.

Por último, señalaron que la Sustentabilidad no debería ser un negocio, es decir, no deberían cobrar por el sello S, un entrevistado dijo: “ ¿Por qué me tienen que cobrar por ayudar al medio ambiente? ”. Por el contrario, expresaron que las autoridades deberían felicitar al establecimiento por actuar de esa forma, creen que el distintivo debería ser entregado a los establecimientos que cumplan con todas las normativas pero sin tener que pagar para obtenerlo.

7.3 Conceptos y Constructos

A partir de la información recabada de las necesidades y objetivos de esta investigación, como también, de las técnicas de recolección de datos utilizadas, se busca determinar cuáles son los elementos que inciden en la decisión de los hoteles y hostales para implementar medidas de sustentabilidad en sus alojamientos. Dado esto, se definen los dos constructos: “Obtención del Sello S” y “Decisión Medidas de Sustentabilidad”, los cuales están definidos por una serie de atributos y variables que son relevantes al momento de la elección.

En primer lugar, en cuanto a la Obtención del sello S, se refiere a qué características debe tener este distintivo para que los dueños de hoteles y hostales lo quieran adquirir para

su establecimiento, Por lo tanto, este juicio se realiza de acuerdo a sus percepciones, preferencias y creencias, entre otros aspectos de carácter psicológico. Este constructo está determinado por los conceptos de: Pago del Distintivo, Difusión Mundial, Valoración de los pasajeros, Ganancias Económicas.

Con respecto al Pago del Distintivo, se encontró el atributo de *Costo*, el cual alude al monto de dinero que se debe pagar para adquirir el sello S, ellos mencionan que este es el factor más importante a la hora de decidir si tener o no el distintivo debido a que si el costo es muy alto, la probabilidad de obtener el sello sería nula. Ahora bien, en relación a la difusión mundial, se encontró el atributo de *Promoción*, este se asocia a la publicidad que ofrece el sello para el hotel u hostel que tenga el distintivo, los entrevistados ven un gran atractivo en ese beneficio ya que entre más personas tengan acceso a su alojamiento, mejor es para su negocio. Siguiendo con el análisis, el concepto Valoración de los pasajeros, tiene como atributo el *Cliente*, es decir, que el turista tenga conocimiento del distintivo y que lo valoren, para ellos es muy importante que sus huéspedes al momento de elegir un hotel u hostel se fijen en esa variable, ya que el alojamiento se rige a las necesidades de sus clientes, por tanto, si ellos valoran el distintivo, es una motivación para ellos tenerlo. Por último, en Ganancias Económicas, se encontró el atributo *Beneficios*, el cual sugiere ganancias económicas para el hotel u hostel, para ellos es muy importante que al obtener este distintivo se vea reflejado en sus utilidades, es decir, que asegure que va a aumentar su poder adquisitivo.

En segundo lugar, con respecto al constructo Decisión Medidas de Sustentabilidad, se refiere a las variables determinantes para que los hoteles y hostales quieran implementar medidas de sustentabilidad en sus servicios, es decir, en definitiva son factores que influyen directamente a la hora de tomar la decisión de efectuar tales medidas. Este constructo está

determinado por los conceptos: Beneficios económicos, Valparaíso y Viña del Mar como un lugar turístico, Preocupación de las Autoridades, Aumento en la ocupación, Contenedores para reciclar, Protección a los hoteles y hostales legalizados, Dar a conocer los establecimientos, Educar al País.

En cuanto a los Beneficios económicos, se encontraron las siguientes variables o atributos: *Dinero*, el cual alude a algún subsidio o fondos que estén destinados a todos aquellos hoteles u hostales que quieran implementar medidas de sustentabilidad, ellos creen necesario esta ayuda económica, debido a que es una inversión muy alta, principalmente para los hoteles y hostales pequeños; *Rebaja de impuesto*, esto tiene relación a una disminución en el pago de impuesto, o bien, de las patentes, etc., para todos aquellos establecimientos que estén implementando medidas para disminuir la huella de carbono; *Facilidad de Pago*, se trata de que el gobierno o municipalidad creen algún tipo de facilidad para que los dueños pueden por ejemplo, comprar paneles solares con facilidad de pago, es decir, algunos entrevistados mencionaron que han querido implementar paneles pero por el alto costo no lo han podido hacer; *Premio*, aquí se apunta a que se le premie al hotel u hostel que esté implementando medidas de sustentabilidad, ya que sería un incentivo para que el alojamiento siga aplicando medidas.

Continuando con el análisis, para el concepto Valparaíso y Viña del mar como un lugar turístico, se encontró el atributo *Publicidad*, es decir, algunos de los entrevistados señalaron que ambas ciudades no están siendo publicitadas como corresponde, cada año ha disminuido la visitas de huéspedes en sus establecimientos, ellos indicaron que esto ha llevado a una gran baja en sus ingresos, por tanto, menos van a tener dinero para invertir en medidas para proteger el medio ambiente, necesitan más apoyo por parte de las autoridades.

Con respecto al concepto Preocupación de las Autoridades, se hallaron los siguientes atributos o variables: *Difundir o Educar*, esto alude a que Sernatur o la Municipalidad hagan presencia en los alojamientos, llevando toda la información sobre el tema de sustentabilidad, los entrevistados señalaron que necesitan educarse; *Motivar*, esto tiene relación a que necesitan un incentivo real, como por ejemplo, algún folleto que señale que al implementar esas medidas van a disminuir los gastos operaciones, o bien, va aumentar su rentabilidad; *Asesorar*, algunos mencionaron que necesitan una persona que venga a capacitar a los trabajadores, como también a los dueños, que los ayude a implementar medidas.

Del mismo modo, para el concepto de Aumento en la ocupación, se descubrió el atributo *Cliente*, algunos entrevistados señalaron que es importante para ellos saber si estas medidas van a ayudar a aumentar el número de clientes, ya que ellos se manejan con esa efectividad de resultado.

Por su parte, en relación al concepto de Contenedores para reciclar, se halló el atributo *Reciclaje*, este atributo fue mencionado por todos los entrevistados, es uno de los más importante a la hora de comenzar a tomar medidas de sustentabilidad, ellos indicaron que por falta de contenedores y cercanías de estos no han podido reciclar, además señalaron que cuando han ido a dejar reciclaje a los contenedores, éstos siempre están llenos.

Ahora bien, para el concepto de Protección a los hoteles y hostales legalizados, se encontró el atributo *Fiscalizar*, varios de los entrevistados expresaron su molestia en este tema ya que en los últimos años ha habido un aumento en las residencias ilegales, lo que ha llevado a una disminución en la ocupación y a la vez no han podido reajustar sus precios debido a que aquellos lugares ofrecen sus recintos más barato, ellos expusieron que han ido a denunciar a estos establecimientos pero la municipalidad no ha hecho nada al respecto,

entonces, ellos señalan que al tener menos ocupación, tienen menos ganancias, por ende, no tienen dinero para invertir en medidas de sustentabilidad.

De igual manera, para el concepto Dar a conocer los establecimientos, se encontró el atributo *Promoción*, algunos de los entrevistados mencionaron que es importante que a los hoteles u hostales que estén implementando medidas de sustentabilidad, deberían ser promocionados, por ejemplo, en los diarios, eventos públicos, etc.

Finalmente, en relación al concepto Educar al País, se encontró el atributo *Personas*, aquí la mayoría de los entrevistados fueron enfáticos, ellos señalaron que el gobierno debe educar a las personas, a partir del colegio, enseñar la importancia de tomar medidas de sustentabilidad ya que si concientizan a las personas, éstos van a empezar a valorar estas prácticas y en un futuro será una variable relevante a la hora de buscar un alojamiento.

En el siguiente esquema se puede apreciar de manera gráfica y resumida los constructos 'Obtención del Sello S' y 'Decisión Medidas de Sustentabilidad':

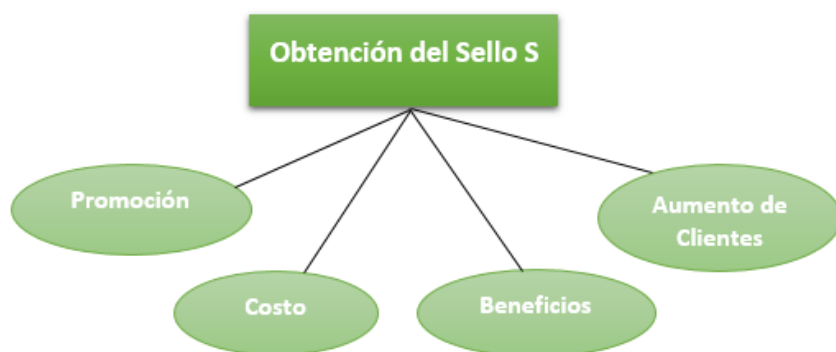


Ilustración 4: Constructo "Obtención del Sello S". Fuente: Elaboración propia.

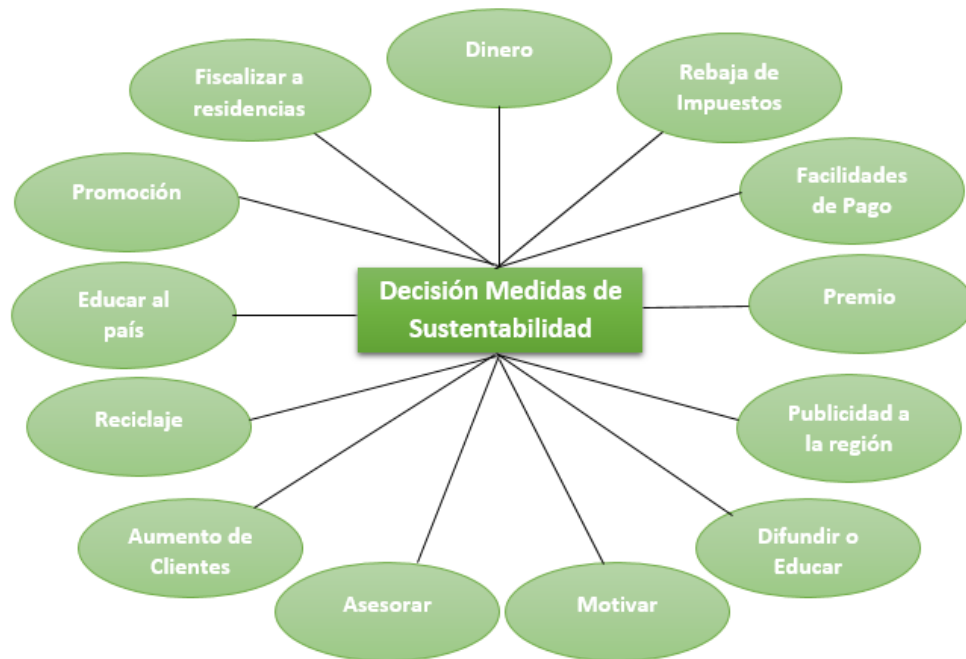


Ilustración 5: Constructo "Decisión medidas de Sustentabilidad". Fuente: Elaboración propia.

7.4 Variables y Atributos

Con la investigación cualitativa se busca identificar variables y atributos que permitan cumplir y responder a los objetivos propuestos, dada la necesidad de información. Estas variables y atributos deben ser identificados con los instrumentos mencionados anteriormente, para luego realizar observaciones y sugerencias.

Una vez realizadas las 30 entrevistas en profundidad, se definieron los atributos y variables para determinar los factores de interés al momento de querer implementar medidas de sustentabilidad en los hoteles u hostales, con la aplicación de las técnicas de análisis cualitativo, generalmente se repitieron y siguieron un mismo patrón que será analizado con mayor detalle en la sección de hallazgos relevantes.

A continuación, se mencionan y explican las variables y atributos identificados:

- Subsidio: Ayuda económica que una persona o entidad recibe de un organismo oficial para satisfacer una necesidad determinada, en este caso, para realizar medidas de sustentabilidad en los servicios
- Costo: Valor monetario que se debe pagar para implementar medidas de sustentabilidad.
- Premio: Es un reconocimiento público que obtiene una persona por la excelencia de una obra, una actividad o una cualidad suya, es decir, reconocer públicamente al hotel u hostel por estar implementando medidas de sustentabilidad
- Promoción turística: Acción de promocionar a una persona, un producto, un servicio o lugar, en este caso, algunos entrevistados solicitan mayor publicidad de sus ciudades ya que así pueden tener mayor flujo de pasajeros, lo que aumentaría sus ingresos, por tanto, tendrían poder adquisitivo para invertir en otras cosas, como por ejemplo, en medidas de sustentabilidad
- Difusión o Educación: Se relaciona con que Sernatur o la municipalidad visiten los hoteles y hostales con la finalidad de entregar toda la información sobre sustentabilidad y turismo sustentable
- Motivar: Proporcionar motivo o razón para que cierta cosa ocurra o para que alguien actúe de una manera determinada, es decir, los entrevistados necesitan saber los beneficios propios que tendrían al implementar medidas de sustentabilidad
- Asesoramiento: este atributo alude a las herramientas que los entrevistados solicitan, ellos mencionaron que necesitan: charlas, cursos y capacitación por un especialista
- Efectividad: Relación entre el gasto de implementar medidas y aumento de la ocupación, esto quiere decir, que necesitan ver un aumento de clientes

- **Reciclaje:** Es el primer incentivo que se le viene a la mente a los entrevistados, ellos solicitan contenedores cercanos para poder reciclar, como también el compromiso de que éstos sean vaciados a diario.
- **Fiscalizar Alojamientos:** Para los entrevistados es importante que la municipalidad fiscalice a las residencias ilegales, debido a que por culpa de ellos han disminuido la frecuencia de visitas de turistas lo que ha llevado a tener menos ingresos, algunos señalan que si las autoridades no los protegen, entonces, ¿Por qué ellos deben gastar su dinero en implementar medidas de sustentabilidad?
- **Alcance:** Promocionar a los hoteles y hostales que estén implementando medidas de sustentabilidad en algún sitio web o ferias donde haya un gran alcance de personas, algunos señalaron que las redes sociales de Sernatur no es un incentivo, debido a que no son páginas donde llegan a un gran flujo de individuos.
- **Educar a la comunidad:** Se requiere que las personas del país estén interiorizadas en el tema de sustentabilidad, debido a que los hoteles y hostales trabajan para satisfacer las necesidades de sus huéspedes y si éstos valoran las medidas de sustentabilidad, los dueños comenzarían a implementar medidas.
- **Costo del Sello S:** Valor monetario que se debe pagar para adquirir el distintivo de sustentabilidad, para los entrevistados es importante el costo que conlleva la adquisición del sello, ya que es una variable relevante a la hora de tomar la decisión. Se ha definido ‘‘Obtención del sello S’’, como un constructo que puede ser explicado a partir de conceptos estudiados dentro de la investigación, como lo son: Promoción, Beneficios, Costos y Aumento de clientes.

7.5 Principales hallazgos

✓ La importancia del Reciclaje

Uno de los puntos clave a la hora de iniciar medidas de sustentabilidad en los hoteles u hostales, es el reciclaje, todos los entrevistados señalaron que es el acto más fácil para comenzar a realizar cambios en relación al cuidado del medio ambiente en sus establecimientos, pero no han podido llevarlo a cabo, debido a que no se cuenta con el número de contenedores suficientes en la ciudad, por el contrario, mencionan que son muy pocos y no son cercanos, en ocasiones, cuando han decidido reciclar y llevar por ejemplo, el plástico o vidrio a los dispensadores, éstos se encuentran llenos, si bien, existen empresas privadas que se encargan del reciclaje, los entrevistados señalan que hay meses que no tienen dinero para pagar por ese servicio, por tanto, ellos creen que hace falta un tipo de política de reciclaje y que el gobierno se debiese encargar de esa arista, indicaron que si tuvieran contenedores disponibles, no tendrían problema de reciclar todo.

✓ Preocupación de las Autoridades

Este es otro factor importante, la mayoría de los entrevistados señalaron que nunca han visto incentivo por parte del Gobierno, Municipalidad o Sernatur. Ellos indicaron que necesitan mayor difusión de información sobre la sustentabilidad, necesitan que algunas de las entidades hagan presencia en su establecimiento, necesitan ser motivados o ver interés por parte de Sernatur para con ellos. Por otro lado, sugieren que una forma de motivarlos es que los eduquen con herramientas, es decir, capacitaciones, charlas, asesorías sobre el cómo ellos pueden llevar a cabo medidas de sustentabilidad en los servicios que ellos ofrecen.

✓ Beneficios económicos

El apoyo económico es algo importante para los entrevistados, ya que la mayoría de los hoteles y hostales que fueron visitados, eran de pequeño o mediano tamaño, por tanto, varios de ellos señalaron que no tienen dinero suficiente para invertir en medidas de sustentabilidad, ellos indicaron que necesitan algún tipo de subsidio o fondos que los ayude a implementar medidas. O bien, alguna rebaja en los impuestos o en el pago de la patente, ya que ellos estarían dispuestos a tomar medidas si logran tener ese tipo de beneficio, también sugirieron alguna facilidad del pago al momento de realizar alguna medida, es decir, algún convenio con alguna empresa que les facilite el material y ellos puedan pagar a plazos. Por otro lado, algunos propusieron premiar al hotel u hostel que esté implementando medidas de sustentabilidad, por ejemplo, salir en algún medio de comunicación, es decir, que se le entregue algo especial ya que eso será una motivación de seguir realizando este acto. Finalmente, indicaron que el gobierno debe dar el ejemplo, que ellos comiencen invirtiendo en medidas de sustentabilidad.

✓ Promoción y Publicidad

Algunos de los entrevistados plantean que para poder implementar medidas de sustentabilidad, necesitan mayores ingresos para así poder invertir en tales medidas, pero para lograr esas ganancias, necesitan mayor flujo de turistas en sus ciudades, por tanto, necesitan que Valparaíso y Viña del Mar sean promocionados como un lugar turístico con algún plan estratégico que ayude a aumentar el número de turistas. Asimismo, indicaron que necesitan publicidad para sus alojamientos, es decir, a todos los hoteles u hostales que estén implementando medidas de sustentabilidad se les reconozca constantemente en los medios de comunicación.

- ✓ El costo de implementar medidas

Una de las variables más relevantes a la hora de tomar la decisión de implementar medidas de sustentabilidad en los hoteles u hostales, es el costo que conlleva la realización de la medida. La gran mayoría de los entrevistados cuando se les preguntó si les gustaría adquirir el sello S, respondieron que todo dependería del valor de este distintivo. Según el estudio realizado, previamente en el marco teórico, se visualizó que el costo de adquirir el sello S, va ligado a las cantidades de auditorías que tenga el establecimiento, se señaló que el valor de la auditoría va entre las 12 a 16 UF⁴ por día consultor, es decir, entre \$330.789,48 a 441.052,64. Un costo elevado para un hostal u hotel pequeño. También señalaron que ejecutar medidas de sustentabilidad no es algo barato, por el contrario, es un gasto bastante alto y muy difícil para aquellos establecimientos que no son de gran tamaño. Además señalaron que para implementar las medidas, o bien, adquirir el sello S, necesitan “efectividad”, es decir, que haya una relación directa entre la inversión de tomar medidas con un aumento en sus ganancias, necesitan saber si esas medidas van a beneficiar la viabilidad económica de su negocio.

7.6 Propuesta

En base a todo el análisis expuesto anteriormente, se crea una propuesta para incentivar a los hoteles y hostales de Valparaíso y Viña del mar a tomar medidas de sustentabilidad.

Se plantean las siguientes estrategias:

⁴ UF: unidad de fomento, es una unidad de cuenta usada en Chile, reajutable de acuerdo con la inflación. Su código ISO 4217 es CLF. El Valor de una UF actualizado al día 09 de Diciembre de 2018 es de \$27.565,79 <https://valoruf.cl/>

1. Aumento de Contenedores de Reciclaje y fiscalización

Este concepto fue uno de los más destacados en los incentivos que necesitan los hoteles y hostales para comenzar a tomar medidas de sustentabilidad, ellos mencionaron que hay muy pocos contenedores y siempre están llenos, además algunos señalaron, que los contenedores se encuentran muy lejanos con respecto a la ubicación de su hotel u hostel, indicaron que hace falta una política por parte del gobierno sobre reciclaje.

En base a esta información recabada gracias a las entrevistas en profundidad, se comenzó la búsqueda sobre el reciclaje en Chile, y se pudo descubrir que sí existe una norma de reciclaje. El 17 de mayo de 2016 se promulgó la Ley Marco para la Gestión de Residuos, Responsabilidad Extendida del Productor y Fomento al Reciclaje (Ley N° 20.920).

La implementación de la ley fue diseñada para avanzar y aplicarse de manera gradual en un plazo de cinco años, al cabo de los cuales debería completarse la dictación de decretos de metas de recolección y valorización para los seis productos prioritarios, y al mismo tiempo continuar avanzando en la implementación de otros instrumentos que contempla la ley (Chile Recicla, 2018). A continuación se hará una breve explicación de esta ley para su mejor entendimiento:

La ley de reciclaje, es un instrumento económico de gestión de residuos que obliga a los fabricantes de ciertos productos, a organizar y financiar la gestión de los residuos derivados de sus productos. La norma establece que todos los productores o importadores de “productos prioritarios” deben hacerse cargo de los bienes, una vez que terminan su vida útil. Es decir, estos productos “inservibles” deben volver a las industrias donde

fueron fabricados, o a las bodegas donde comenzó su distribución. Para esto, la ley establece metas de recolección y valorización diferenciadas por producto (Ministerio del Medio Ambiente, 2018).

Es importante mencionar, que los “productos prioritarios” son: Aceites lubricantes; Aparatos eléctricos y electrónicos; Baterías; Pilas; Envases y embalajes; Neumáticos. Estos productos son llamados así debido a su consumo masivo, de volumen significativo, la mayoría (tres de ellos) son residuos peligrosos, son factibles de valorizar y se puede generar una regulación comparada con ellos (Ministerio del Medio Ambiente, 2018).

¿A qué actores considera la Ley?, a los empresarios y fabricantes, a los consumidores de productos prioritarios y a los gestores de residuos de productos prioritarios, que son las empresas, los municipios y los recicladores de base (Ministerio del Medio Ambiente, 2018).

Las principales obligaciones de quienes producen y/o importan los productos prioritarios son:

- Registrarse en un catastro público de empresarios y/o fabricantes.
- Organizar y financiar la recolección y tratamiento de productos recolectados a través de un sistema de gestión.
- Asegurar que el tratamiento de esos residuos se realice por personas autorizadas.
- Cumplir las metas de recolección y de valorización de estos productos.

Desde los municipios se podrán celebrar convenios con sistemas de gestión y con recicladores de base. La Ley les permitirá pronunciarse sobre solicitudes de permiso para establecer la instalación y/u operación, de sitios de recepción y almacenamiento de

productos. Además, tendrán la obligación de separar los residuos en origen, cuando así lo determina el Decreto Supremo. También, promoverán la educación ambiental sobre prevención y valorización, diseñarán e implementarán estrategias de comunicación, sensibilización y medidas de prevención (Ministerio del Medio Ambiente, 2018).

Con respecto al Ministerio de Medio Ambiente, esta entidad principalmente deberá dictar un reglamento que fije el procedimiento para dictar decretos de metas, implementará y gestionará un sistema de registro y plataforma de información. También, deberá revisar y autorizar planes de gestión, diseñar e implementar programas de educación ambiental, fiscalizar a través de la Superintendencia de Medio Ambiente, entre otras materias (Ministerio del Medio Ambiente, 2018).

Finalmente, en base a lo expuesto, si bien, el Gobierno creó una ley de reciclaje, se puede apreciar una contradicción en relación a la apreciación entregada por los entrevistados, ya que la mayoría no tiene conocimiento de esta ley, por tanto, se puede deducir que falta una mayor difusión a la comunidad sobre esta norma. Por otro lado, en la ley no se habla de la cantidad de contenedores que deben proporcionar cada empresa, por ende, es una arista relevante que deberían fijarse ya que según la opinión de los entrevistados no hay lo suficiente para la cantidad de ‘‘productos prioritarios’’ que se generan en la ciudad, hace falta que se estudie esa variable y por último, es importante que la municipalidad fiscalice que los contenedores se estén vaciando en el tiempo adecuado porque ese fue el otro problema que señalaron los entrevistados, debido a que cuando pretendían ir a reciclar, los contenedores siempre estaban llenos.

En consecuencia, se propone que haya una mayor difusión de la ley de reciclaje, como también un aumento en los contenedores en la ciudad, es decir, que se le exijan a las

empresas privadas una mayor cantidad, debido a que la cantidad de contenedores que hay hoy en día no da abasto con la cantidad de “productos prioritarios” que se generan, y para finalizar, una mayor fiscalización del vaciado de éstos, que la municipalidad se encargue de inspeccionar que se está cumpliendo con esta acción.

2. Subsidio o fondos concursables específicos para hoteles y hostales

Uno de los incentivos que también se reiteró en las entrevistas fue sobre alguna ayuda monetaria para los hoteles y hostales que quieran implementar medidas de sustentabilidad, los entrevistados mencionaron que falta un subsidio o fondo específicamente para los hoteles y hostales, si bien, existen fondos concursables de Sercotec y Corfo que ayudan a los emprendedores con un beneficio económico, no hay una categoría que sea estrictamente para el rubro hotelero. Algunos entrevistados que fueron ganadores de alguno de estos fondos señalaron que uno de los factores determinantes a la hora de haber ganado es que su proyecto tenía relación con la sustentabilidad, es decir, estas entidades valoraron su proyecto por tener esa temática, pero aun así, mencionan que son muchos los que postulan, por tanto, debiese haber fondos para el rubro hotelero.

En base a esta información, creo que sería relevante que las entidades que entregan estos fondos, inclinaran recursos para la categoría “Hotel u Hostal” que quiera iniciar un proyecto de sustentabilidad en su establecimiento, ya que cada año la competencia va creciendo, no solamente con los alojamientos legales, sino que también, con todas las residencias ilegales que están apareciendo, por ejemplo, gracias a la página “Airbnb” muchas personas han podido ofrecer su departamento en arriendo o habitaciones, sin la necesidad de pagar ningún permiso ni impuesto, lo que ha afectado la rentabilidad de las

hoteles y hostales, por tanto, señalan que con mayor razón no van a querer invertir su dinero en ese ámbito. Además solicitan mayor fiscalización con esos lugares, por tanto, sería relevante crear una ley que los ampare.

3. Difusión de información

Otro incentivo fundamental que la gran mayoría de los entrevistados mencionaron fue la difusión de información, es decir, que Sernatur o la Municipalidad haga presencia en los alojamientos turísticos, trayendo información, o bien, invitándolos a charlas, capacitaciones o asesorías para interiorizarse en el tema, ellos mencionaron que les ‘‘falta educarse’’, necesitan saber cómo pueden aplicar la sustentabilidad en sus servicios y qué beneficios les traerá a su negocio. Necesitan que las autoridades los motiven, o ver interés por parte de ellos.

Por esta razón, se propone un ‘‘Brief’’ que sea lo más simple posible, sin utilizar palabras técnicas, por el contrario, con palabras sencillas para que cualquier persona pueda entender. El Brief debe contener al menos estos ítems:

- Definición de turismos sustentable y todas las medidas que un hotel u hostal podría aplicar en sus servicios para disminuir la huella de carbono
- Explicar todos los beneficios que obtendría el establecimiento al implementar medidas de sustentabilidad pero de una forma didáctica, por ejemplo: ‘‘Si se implementan paneles fotovoltaicos, se podría disminuir cierta cantidad de energía eléctrica en un mes, reduciendo el porcentaje de pago de un 15%’’. Los dueños de hoteles y hostales necesitan cifras exactas que favorezcan a su empresa.

Finalmente, si bien, la mayoría de los entrevistados presentaron interés o deseo de implementar medidas de sustentabilidad, ellos velan por el bienestar de su negocio antes que todo, por tanto, si no se les muestra con hechos reales que van a obtener un beneficio que ayude a aumentar la rentabilidad o una disminución en sus gastos al implementar medidas de sustentabilidad, éstos no tomaran acciones para reducir la huella de carbono.

8. DISCUSIÓN

La Discusión se hará en base al marco teórico con respecto a los resultados obtenidos en la investigación cualitativa. Los tres tópicos a tratar con: Pernoctaciones de turistas, Turismo sustentable en Chile, Sello S.

En primer lugar, según la información encontrada previamente en el marco teórico, sobre “Pernoctaciones de turistas en la Región de Valparaíso”, en base a los datos entregados por el INE, se dejó en evidencia que entre los años 2008 y 2017 hubo un aumento en las pernoctaciones de turistas, si bien, en el año 2009 y 2014 se visualizó un pequeño descenso, la realidad es que en los últimos tres años se había logrado mantener un aumento significativo. Sin embargo, en el análisis de las entrevistas en profundidad, se pudo descubrir que algunos hoteles y hostales no pensaban lo mismo, por el contrario, señalaron que ya no “existían meses de alta demanda”, debido al aumento de las “residencias ilegales” que existían, mencionaron que al menos en los últimos tres años no habrían presentado ningún ascenso en la ocupación, sino una disminución. Pero también es importante mencionar, que otros entrevistados indicaron que sí seguían manteniendo los meses de alta demanda, logrando alcanzar entre el 80-100% de la ocupación.

En segundo lugar, con respecto al “Turismo sustentable en Chile”, se identificaron una serie de programas de sustentabilidad turística que el gobierno ha creado para concientizar al turismo a tomar medidas de sustentabilidad, desde el año 2010 y hasta hoy en día se siguen creando este tipo de programas, como también leyes o políticas para ayudar al medio ambiente. Pero esta información contrasta con lo hallado en las entrevistas en profundidad, al hacer el constructo “Decisión Medidas de sustentabilidad” se encontraron los atributos de “Educar, motivar, difusión” en que aludían a la falta de incentivo por parte

del Gobierno, Municipalidad y Sernatur de transmitir los conocimientos de Sustentabilidad, la mayoría de los entrevistados dejaron en evidencia que no habían visto preocupación de entregar esta información para con ellos.

Y en tercer lugar, en relación al Sello S, hay una arista que no termina de convencer a los entrevistados que poseen este distintivo. Según lo señalados por los tres alojamientos turísticos, el sello los respalda como un hostel u hotel sostenible, también se logra cumplir con los beneficios propios de la sustentabilidad. Sin embargo, la “difusión y promoción” que el distintivo ofrece no ha sido tan relevante a la hora de atraer más clientes, debido a que las redes sociales de Sernatur no tienen tanto alcance como Booking u otros páginas internacionales. Además, señalan que aún falta concientizar al turista, principalmente al nacional ya que todavía no son preferidos por tener ese sello, es decir, la mayoría de los huéspedes cuando llegan al establecimiento, no tienen conocimiento que el hotel u hostel implementan medidas de sustentabilidad.

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al concluir esta investigación, se pudo percibir que la mayoría de los hoteles y hostales que fueron entrevistados en Valparaíso y Viña del Mar, no implementan medidas de sustentabilidad en sus servicios, por el contrario, gran parte de ellos no conocían el concepto de turismo sustentable, y en su defecto, no sabían cómo podían aplicar tales medidas en sus recintos.

Asimismo, se descubrió el bajo conocimiento que tienen los entrevistados sobre el cuidado de los recursos naturales, varios de ellos señalaron que su hotel u hostel no generaban una gran contaminación, por tanto, no era relevante una preocupación sobre ese ámbito. Esto fue un gran hallazgo, porque me surge la siguiente pregunta ¿Se está transmitiendo adecuadamente la información para incentivar a los establecimientos turísticos a tomar acciones para cuidar el medio ambiente?, es importante que se re-evalúe la forma de difundir la información.

Por otro lado, la gran mayoría coincidió en que hace falta concientizar al país, y no solamente a los hoteles y hostales, ya que ellos rigen sus servicios en base a las necesidades de sus huéspedes, por ende, si las personas no valoran el cuidado de los recursos naturales, o no son capaces de valorar las medidas de sustentabilidad, entonces, será difícil que los alojamientos turísticos comiencen a tomar acciones en sus servicios.

Finalmente, al terminar el estudio, es importante recalcar que en Chile sí se está fomentando el turismo sustentable, el gobierno está tomando acciones al respecto, pero tal vez, hay problemas en el alcance de la información, en la forma de transmitir el mensaje, o en las palabras, es posible que el lenguaje técnico que se esté utilizando no llega a todas las personas por falta de comprensión.

10. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Se hace necesario especificar las limitaciones y restricciones que tuvo el estudio para contextualizar y explicar de mejor forma los resultados que se obtuvieron a través de este. Resultará clave para su análisis y comprensión, y para posteriores estudios relacionados que quieran llevarse a cabo.

La duración del estudio realizado se efectuó en un tiempo determinado, correspondiente a 6 meses, por lo que no fue posible alcanzar un número mayor de entrevistas y de respuestas para una muestra más representativa, además de un número mayor de investigaciones complementarias para abarcar otros aspectos relacionados.

Por otra parte, esta investigación cualitativa resulta igualmente concluyente, independientemente del hecho de ser una muestra poco representativa y adaptada al estudio. Asimismo, con respecto a la muestra, no se logró una mayor cantidad de entrevistas porque en reiteradas ocasiones los dueños de hotel u hostel no accedían a ser grabados, por tanto, se dejaba sin efecto. Otro punto en contra, fueron los feriados que hubieron en el tiempo donde se realizó la entrevista, ya que varios alojamientos estaban con un mayor flujo de turistas y daban esta razón para no aceptar la entrevista.

Finalmente, las respuestas de los dueños, gerentes, administradores o recepcionista de hoteles u hostales entrevistados pueden haberse influenciado por sus estados de ánimo, debido a que la recolección de datos se llevó a cabo a través de la técnica de entrevistas en profundidad no estructuradas, por lo que podría llevar a posibles sesgos de información.

11. REFERENCIAS

- Apablaza, M., & Contreras, H. (Junio de 2016). *Centro de Políticas Públicas de Universidad del Desarrollo*. Obtenido de Centro de Políticas Públicas de Universidad del Desarrollo: <http://gobierno.udd.cl/cpp/files/2016/07/2016-07-26-Documento-CPP-Curva-de-Kuznets.pdf>
- Banco mundial*. (2018). Obtenido de Banco mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/EN.ATM.CO2E.PC>
- BIOGUIA*. (22 de Marzo de 2016). Obtenido de BIOGUIA: <https://www.bioguia.com/notas/que-significa-la-sustentabilidad>
- CEPAL. (Diciembre de 2011). *CEPAL*. Recuperado el 30 de Marzo de 2017, de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5686/S1100969_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chile Recicla*. (2018). Obtenido de Chile Recicla: http://chilerecicla.gob.cl/la_ley/
- Chile Sustentable*. (2013). Obtenido de Chile Sustentable : <http://www.chilesustentable.travel/wp-content/uploads/2013/05/resumen-ejecutivo-PITS.pdf>
- Comunidad ISM*. (2016). Obtenido de Comunidad ISM: http://www.comunidadism.es/wp-content/uploads/downloads/2013/06/manual_hoteles_hoteles.pdf

Conciencia Sustentable Abilia. (2018). Obtenido de Conciencia Sustentable Abilia:
<http://conciencia-sustentable.abilia.mx/copenhaguen-towers-el-hotel-mas-verde-del-mundo/>

Dankhe, G. (1986). *La comunicación humana: ciencia social*. México : McGraw-Hill.

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Obtenido de La entrevista, recurso flexible y dinámico:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007505713727066>

Green hotel world. (24 de Junio de 2016). Obtenido de Green hotel world:
<https://www.greenhotelworld.com/2016/06/24/offsetting-carbon-emissions-hotels/>

Hoteleros de Chile. (2017). Obtenido de Hoteleros de Chile:
<https://static.hosteltur.lat/web/uploads/2017/12/IEndice-Mensual-de-Actividad-Hotelera-Octubre-2017-chile.pdf>

Informe Internacional Dinamarca . (2015). *InduAmbiente* , 52-60.

Investigación de mercados: Un enfoque aplicado. (2003). En T. C. Kinnear, & J. R. Taylor,
Investigación de mercados: Un enfoque aplicado (págs. 299-310). Colombia:
McGraw-Hill.

Magliano, F. (28 de Septiembre de 2009). *Características de la Metodología Cualitativa*.
Obtenido de Características de la Metodología Cualitativa:
<https://conocimientopractico.wordpress.com/article/caracteristicas-de-la-metodologia-2sr10788nwjjj-26/>

Martínez, C. (2012). *El muestreo en investigación cualitativa*. Obtenido de El muestreo en investigación cualitativa.: <http://www.scielo.br/pdf/csc/v17n3/v17n3a06.pdf>

Ministerio del Medio Ambiente. (2016). *Ministerio del Medio Ambiente*. Recuperado el 30 de Marzo de 2017, de http://www.mma.gob.cl/1304/articles-52016_Capitulo_11.pdf

Ministerio del Medio Ambiente. (2018). Obtenido de Ministerio del Medio Ambiente: <http://portal.mma.gob.cl/residuos/ley-de-fomento-al-reciclaje/>

Nature Climate Change . (2018). Obtenido de Nature Climate Change : https://www.nature.com/articles/s41558-018-0141-x.epdf?no_publisher_access=1&r3_referer=nature

Nature Climate Change. (7 de Mayo de 2018). Obtenido de Nature Climate Change: <https://www.nature.com/articles/s41558-018-0141-x>

Organización Mundial del Turismo . (2010). Obtenido de Organización Mundial del Turismo : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1995.21.15.1>

Organización Mundial del Turismo . (2018). Obtenido de Organización Mundial del Turismo : <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

Organización Mundial del Turismo. (15 de Enero de 2018). Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>

Santiago Convention Bureau. (2011). Obtenido de Santiago Convention Bureau: https://www.scb.cl/scb/4_ManualdeBuenaPracticaSectorTuristico.pdf

Santiago Convention Bureau. (2011). Obtenido de Santiago Convention Bureau:
https://www.scb.cl/scb/4_ManualdeBuenaPracticaSectorTuristico.pdf

Sernatur. (2015). Obtenido de Sernatur:
<https://biblioteca.sernatur.cl/documentos/796.983.2015%20S491p.2015.pdf>

Sernatur. (Marzo de 2018). Obtenido de Sernatur:
<https://biblioteca.sernatur.cl/documentos/310.796.15S491a.2017.pdf>

SNiChile. (2017). Obtenido de SNiChile: <http://www.snichile.cl/contenido/principales-resultados>

State of Green . (s.f.). Obtenido de State of Green : <https://stateofgreen.com/en/about-state-of-green/>

Subsecretaría de Turismo . (2013). Obtenido de Subsecretaría de Turismo :
<http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2015/10/Estrategia-Nacional-de-Turismo-2012-2020.pdf>

Subsecretaría de turismo. (9 de Enero de 2018). Obtenido de Subsecretaría de turismo:
<http://www.subturismo.gob.cl/2018/01/09/llegada-de-turistas-extranjeros-e-ingreso-de-divisas-baten-record-durante-2017/>

Turismo Sustentable Chile. (2018). Obtenido de Turismo Sustentable Chile:
<http://www.chilesustentable.travel/nosotros/>

Universidad de Jaén . (2015). Obtenido de Universidad de Jaén :
http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/pdf/cualitativa/analisis.pdf

12. ANEXOS

12.1 Confección Entrevista en Profundidad

El instrumento utilizado para llevar a cabo esta investigación es Entrevistas en Profundidad no estructurada, ya que se acomoda a los requerimientos de las necesidades de información, ella nos permite conocer de manera exhaustiva el área de interés, gracias al aporte en datos del experto o especialista en el tema. La duración de la reunión es flexible, además las entrevistas serán realizadas de forma individual.

Para esto, se elabora una estructura funnel para crear distintas categorías, y así confeccionar una serie de preguntas que van desde un tema general a lo particular.

Características del alojamiento (Perfil general):

1. ¿Cuál es la capacidad de su hotel u hostel?
2. ¿Qué meses son los de alta demanda? ¿Cuánta capacidad logra cubrir?
3. ¿Qué servicios ofrece usted a sus huéspedes?

Conocimientos de sustentabilidad:

1. ¿Ustedes conoce el concepto de sustentabilidad? (Si la respuesta es NO, explicar concepto de sustentabilidad)
2. ¿Sabe lo que es el turismo sustentable o sostenible? ? (Si la respuesta es NO, explicar concepto de turismo sostenible)
3. ¿Ha escuchado el concepto de hotel sostenible o sustentable?

Conocimiento del sello S en alojamientos:

1. ¿Conoce el Programa de Sustentabilidad Turística?

2. ¿Sabe lo que es la ‘Distinción en Turismo Sustentable’?
3. Me podría decir ¿Qué es el sello S? ? (Si la respuesta es NO, explicar el sello S)
4. ¿Conoce los beneficios que entrega el sello S? ? (Si la respuesta es NO, mencionar los beneficios del sellos S)
5. Le nombro los beneficios, y me tiene que decir si alguno le interesa ¿y por qué?

Medidas de sustentabilidad

1. ¿Ha tomado medidas para ayudar el medioambiente? ¿cuáles y Por qué? o ¿Por qué no?
2. Si la respuesta es Sí ¿Ha implementado esas medidas de forma permanente o es de manera informal?
3. ¿Cree usted que sus huéspedes valoran o valorarían medidas que ayuden a proteger el medio ambiente?

Incentivo del Gobierno

1. ¿Siente que el Gobierno ha incentivado a los hoteles y hostales a tomar medidas de sustentabilidad? ¿Por qué?
2. ¿Le gustaría que el Gobierno fuera más estricto en ese sentido con los hoteles y hostales?
3. ¿Aceptaría que el gobierno implementara una política obligatoria con los hoteles y hostales sobre sustentabilidad?
4. ¿Qué incentivos necesitaría usted por parte del gobierno para tener el sello S?

12.2 Presentación del entrevistador

Mi nombre es Isabel Ignacio, estudio Ingeniería Comercial y vengo de la Universidad Técnica Federico Santa María, y estoy realizando una investigación que se enfoca en la sustentabilidad de los hoteles y hostales, es decir, se pretende profundizar acerca de los servicios que ofrecen estos alojamientos turísticos, como también todo el manejo operacional que tiene el lugar, con el propósito de recopilar información sobre el grado de conocimiento que tienen con respecto a este tópico y las medidas de sustentabilidad o sostenibilidad que han implementado o no en sus establecimientos, con el fin de crear un propuesta de incentivo para que hoteles y hostales quieran tomar medidas de sustentabilidad en sus servicios.

Posterior, se le muestra certificado de Alumno Regular y credencial de la Universidad a los entrevistados para acreditar la identidad.

12.3 Tabla Resumen

Capacidad del recinto	
Meses de alta demanda	
Servicios que ofrece	
Conocimientos del concepto de sustentabilidad, turismo sustentable y hotel sostenible	
Conocimientos del sello S	
Interés de tener el sello S	
Medidas de sustentabilidad (Económica, medioambiental, sociocultural)	
¿Por qué no toman medidas de sustentabilidad?	
¿Los huéspedes valorarían o valoran las medidas que han tomado?	
Incentivo del Gobierno	
¿Aceptaría una política obligatoria con los hoteles y hostales de sustentabilidad?	
¿Qué incentivos necesitarían para tomar medidas de sustentabilidad?	

12.4 Lista de Hoteles y Hostales entrevistados

1. **“My way Hostel”**; Dirección: 9 Norte 843, Viña del Mar, Región de Valparaíso; Número de Contacto: 32-3372492; Informante (I): Denisse Peña Moncada; Cargo: Recepcionista y mucama; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
2. **“Hotel 3 Poniente”**; Dirección: 3 Poniente 70, Viña del Mar, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 247 8576; Informante (I): Jaqueline Pérez Saso; Cargo: Recepcionista y mucama; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
3. **“Via Via Hotel Restaurant belga”**; Dirección: Almirante Montt 217 Cerro Alegre, Valparaíso Chile; Número de Contacto: +560323192134; Informante (I): Francisco Lazcano; Cargo: Recepcionista; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
4. **“Hostal Residencia en el Cerro”**; Dirección: Pierre Loti 51 Cerro Alegre, Valparaíso Chile; Número de Contacto: (32) 249 5298; Informante (I): Gloria Vargas Figueroa; Cargo: Dueña del Hostal; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
5. **“LV Hoteles Boutique”**; Dirección: 5 - 1/2 Pte. 140, Viña del Mar, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 260 2230; Informante (I): Valentina Riquelme Parra; Cargo: Gerente del hotel; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
6. **“Hotel Boutique Magic”**; Dirección: 1 Norte 449, Viña del Mar, Región de Valparaíso; Número de Contacto: 9 6373 2909; Informante (I): Marlén Carvallo Barra; Cargo: Recepcionista y mucama; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
7. **“Hotel Alcántara II”**; Dirección: Álvarez 552, Viña del Mar, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 212 6707; Informante (I): María Castro Gallardo; Cargo: Propietaria del hotel; Entrevistador (E): Isabel Ignacio

8. **“Hotel 5 norte”**; Dirección: 5 Norte 170, Viña del Mar, Región de Valparaíso;
Número de Contacto: (32) 297 50 05 / 3243175; Informante (I): Aurora Aguilera Bravo; Cargo: Recepcionista y mucama; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
9. **“Acuarela Hostel”**; Dirección: Calle Templeman #862, Cerro Alegre, Valparaíso;
Número de Contacto: (32) 318 0456; Informante (I): Daniela Guajardo Valdés;
Cargo: Administradora; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
10. **“Hotel Boutique Agora”**; Dirección: 5 - 1/2 Poniente 253, Viña del Mar, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 269 4696; Informante (I): Alexis Hernández Enríquez; Cargo: Recepcionista; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
11. **“Hotel Monterilla”**; Dirección: Dos Norte 65 - Plaza México, Viña del Mar, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 297 6950; Informante (I): Paula Andrea Barraza Días; Cargo: Recepcionista; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
12. **“Hotel Capric”**; Dirección: Von Schroeders 39, Viña del Mar, Región de Valparaíso; Informante (I): Cristian Jorquera; Cargo: Administrador; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
13. **“Hostal La Colombina”**; Dirección: Concepción 280, Valparaíso, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 327 3108; Informante (I): Jorge Oyarzun; Cargo: Administrador; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
14. **“Augusta Apart Hotel”**; Dirección: San Enrique 577, Valparaíso, Región de Valparaíso; Número de Contacto: 32 2252175; Informante (I): Felipe Morales; Cargo: Administrador; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
15. **“Casa Galos Hotel & Lofts”**; Dirección: Templeman 893 - Cerro Alegre, Valparaíso; Número de Contacto: (56 32) 2112633; Informante (I): Jorge Rodríguez, Cargo: Administrador; Entrevistador (E): Isabel Ignacio

- 16. “Casa Fischer Hostel”;** Dirección: Fisher 37, Valparaíso, Región de Valparaíso;
Número de Contacto: (32) 322 2881; Informante (I): Milagros Rojas; Cargo:
Administradora; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
- 17. “La Valija Hostel”;** Dirección: Calle Papudo 526 - Cerro Concepción, Valparaíso,
Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 317 1395; Informante (I): Ignacio
Briceño Pardo; Cargo: Dueño y Administrador; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
- 18. “Hostal Gagliardo House”;** Dirección: Calle Beethoven 322, Cerro Concepción -
Valparaíso, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 245 9476; Informante
(I): Luis Gagliardo; Cargo: Dueño y Administrador; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
- 19. “Hotel Brighton”;** Dirección: Paseo Atkinson 153, Valparaíso, Región de
Valparaíso; Número de Contacto: (32) 222 3513; Informante (I): Vladimir Felipe
Morgado Merchán; Cargo: Administrador; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
- 20. “Hotel Reina Victoria”;** Dirección: Sotomayor 190, Valparaíso, Región de
Valparaíso; Número de Contacto: (32) 221 8476; Informante (I): Andrés Duret Real;
Cargo: Administrador; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
- 21. “Hotel Diego de Almagro Valparaíso”;** Dirección: Molina 76, Valparaíso, Región
de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 213 3600; Informante (I): Elena Cárdenas,
Cargo: Gerente de Operaciones; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
- 22. “Hostal Los Delfines”;** Dirección: 1/2 Poniente 876, Viña del Mar, Región de
Valparaíso; Número de Contacto: (32) 233 6010; Informante (I): Verónica Abarzúa,
Cargo: Dueña y administradora del Hostel; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
- 23. “Gran Hotel del Pacífico”;** Dirección: 2 Poniente 152, Viña del Mar, Región de
Valparaíso; Número de Contacto: (32) 297 8787; Informante (I): Luis Álvarez
Ossandón, Cargo: Recepcionista; Entrevistador (E): Isabel Ignacio

- 24. “Hostal Villamar”;** Dirección: 2 Poniente 440, Viña del Mar, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 297 4404; Informante (I): René Adam Glasgow, Cargo: Dueño y Gerente; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
- 25. “Jaguar Hostel + Living”;** Dirección: Calle 2 Poniente entre las calles 4 y 5 norte, Viña del Mar, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (2) 2918 4820; Informante (I): Fabricio Hernández, Cargo: Administrador; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
- 26. “Nubes Hotel”;** Dirección: 8 Norte 579, Viña del Mar, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 269 6820; Informante (I): Tomás Marín, Cargo: Administrador; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
- 27. “Allegretto Bed & Breakfast”;** Dirección: Lautaro Rosas 540, Valparaíso, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 296 8517; Informante (I): Pamela Bilugron Betancur, Cargo: Administradora; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
- 28. “Hotel Boutique Acontraluz”;** Dirección: San Enrique 473, Cerro Alegre, Valparaíso, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 211 1320; Informante (I): Roberto Mercado; Cargo: Administrador del hotel hace 4 años; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
- 29. “Hostel Voyage Valparaíso”;** Dirección: Leighton 229, Valparaíso, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 324 5214; Informante (I): Miguel Ángel Capeche Espinoza, Cargo: Propietario; Entrevistador (E): Isabel Ignacio
- 30. “Hostal Barrio Paraíso”;** Dirección: 549 Pilcomayo, Cerro concepción, Valparaíso, Región de Valparaíso; Número de Contacto: (32) 320 6107; Informante (I): Francisco Bustos Nieto, Cargo: Administrador y propietario; Entrevistador (E): Isabel Ignacio

