

**Propuesta de aprovechamiento, desde el esquema de mercadeo ecológico, del programa "Sello Ambiental Colombiano", en establecimientos de alojamiento y hospedaje en Bogotá**

**Dayana Bermúdez Torres**

**Pontificia Universidad Javeriana  
Facultad de Estudios Ambientales y Rurales  
Maestría en Gestión Ambiental  
Bogotá, Octubre de 2013**

**Propuesta de aprovechamiento, desde el esquema de mercadeo ecológico, del programa "Sello Ambiental Colombiano", en establecimientos de alojamiento y hospedaje en Bogotá**

**Dayana Bermúdez Torres**

**Blanca Yaneth Gonzáles Pinzón**

**Asesora**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de  
Magíster en Gestión Ambiental**

**Pontificia Universidad Javeriana  
Facultad de Estudios Ambientales y Rurales  
Maestría en Gestión Ambiental  
Bogotá, Octubre de 2013**

## **Resumen**

El propósito del presente trabajo de investigación es proponer un plan de aprovechamiento del programa Sello Ambiental Colombiano en los establecimientos de alojamiento y hospedaje en la ciudad de Bogotá, apoyado en estrategias de marketing ecológico. Para conseguirlo, se identificaron, de una parte, los criterios y motivaciones de los establecimientos de alojamiento y hospedaje para implementar y obtener el Sello Ambiental Colombiano y, de otra, el nivel de reconocimiento e incidencia que este ecosello tiene en el consumidor al momento de seleccionar un establecimiento para alojarse. A partir de la consecución de información primaria por medio de instrumentos metodológicos cualitativos como entrevistas, encuestas y análisis de contenido documental, se analiza la situación actual del programa Sello Ambiental Colombiano, lo que permite proponer acciones de mejoramiento en su implementación que conduzcan al cumplimiento de los objetivos de un programa de ecoetiquetado y que los actores perciban los beneficios esperados. Es así como se concluye que el Sello Ambiental Colombiano, aplicado en este caso a los establecimientos de alojamiento y hospedaje, se constituye en una herramienta de la gestión ambiental empresarial que tiene potencial para generar cambios dentro de los patrones de consumo y al mismo tiempo genera reconocimiento y rentabilidad para quienes lo implementan, sin embargo, es necesario un direccionamiento estratégico de mercadeo por parte de estos establecimientos, así como el fortalecimiento institucional desde la administración del programa de ecoetiquetado por parte del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS).

**Palabras Clave:** Ecosello, ecoetiqueta, sello verde, programa de ecoetiquetado ambiental tipo I, Sello Ambiental Colombiano, establecimientos de alojamiento y hospedaje, consumo sostenible, marketing ecológico.

## Tabla de Contenido

Introducción .....	9
1. Planteamiento del problema.....	11
2. Justificación.....	15
3. Objetivos .....	17
3.1 Objetivo general .....	17
3.2 Objetivos específicos .....	17
4. Antecedentes investigativos .....	18
5. Marco teórico .....	21
5.1 Consumo y producción sostenible como alternativa a la problemática ambiental global.....	21
5.1.1 Comportamiento ecológico del consumidor .....	22
5.1.2 Mercadeo Ecológico como estrategia para incursionar a los mercados verdes .....	24
5.2 El ecoetiquetado como instrumento de la gestión ambiental .....	27
5.2.1 Estandarizar para combatir el greenwashing.....	28
5.2.2 Programas de ecoetiquetado en el mundo.....	32
5.3 Promoción del consumo sostenible en el país con el Sello Ambiental Colombiano .....	34
5.3.1 Estructura del programa Sello Ambiental Colombiano .....	35
5.3.2 Objetivos y beneficios esperados del programa Sello Ambiental Colombiano.....	36
5.3.3 Balance de la implementación del Sello Ambiental Colombiano.....	38
5.4 Aporte del Sello Ambiental Colombiano al turismo sostenible.....	40
5.4.1 El sector hotelero y su impacto ambiental .....	41
5.4.2 Mecanismos de gestión ambiental para la actividad hotelera .....	42
5.4.3 Sello Ambiental Colombiano para establecimientos de alojamiento y hospedaje (NTC 5133).....	43
6. Ruta metodológica .....	45
6.1 Tipo de investigación .....	45
6.1.1 Descripción de la muestra .....	46
6.2 Procedimientos, técnicas e instrumentos .....	48
6.2.1 Entrevista.....	48

6.2.1.1 Definición de entrevistados.....	48
6.2.1.2 Diseño y aplicación de entrevistas .....	48
6.2.2 Encuesta .....	49
6.2.2.1 Definición de la muestra .....	49
6.2.2.2 Elaboración y aplicación de la encuesta.....	50
6.2.3 Análisis documental .....	50
6.2.3.1 Selección de documentos asociados al programa Sello Ambiental Colombiano ....	50
6.2.3.2 Elaboración de matriz de análisis.....	52
6.3 Análisis y resultados .....	57
7. Propuesta de aprovechamiento, desde el esquema de mercadeo ecológico, del programa "Sello Ambiental Colombiano", en establecimientos de alojamiento y hospedaje en Bogotá .....	64
7.1 Propuesta de mercadeo ecológico para el aprovechamiento del Sello Ambiental Colombiano.....	64
7.1.1 Estrategias de mercadeo ecológico enfocadas al Sello Ambiental Colombiano.....	66
7.1.1.1 Estrategias de Producto.....	67
7.1.1.2 Estrategias de Precio .....	68
7.1.1.3 Estrategias de Distribución .....	69
7.1.1.4 Estrategias de Promoción.....	69
7.1.2 Estrategias de mercadeo ecológico enfocadas a establecimientos de alojamiento y hospedaje.....	70
7.1.2.1 Estrategias de Producto .....	71
7.1.2.2 Estrategias de Precio .....	72
7.1.2.3 Estrategias de Distribución .....	72
7.1.2.4 Estrategias de Promoción.....	73
7.1.2.5 Estrategias de Personas .....	73
7.2 Actores involucrados en la propuesta de aprovechamiento .....	74
8. Conclusiones y recomendaciones .....	76
9. Bibliografía .....	78
Anexos .....	80

Anexo 1. Listado de establecimientos de alojamiento y hospedaje con Sello Ambiental Colombiano en la ciudad de Bogotá.

Anexo 2. Protocolo de entrevistas

Anexo 3. Transcripción de entrevistas

Anexo 4. Cuestionario de encuesta

Anexo 5. Tabulación de encuestas

## Lista de Tablas

Tabla 1. Categorías de producto normalizadas por el Sello Ambiental Colombiano .....	39
Tabla 2. Matriz de evolución metodológica.....	45
Tabla 3. Matriz de análisis documental.....	53
Tabla 4. Matriz de categorías de análisis de información.....	59
Tabla 5. Matriz de involucrados en la propuesta de aprovechamiento .....	74

## Lista de Gráficas

Gráfica 1. Tipos de etiquetado ambiental según la ISO.....	29
Gráfica 2. Miembros del Global Ecolabelling Networking .....	33
Gráfica 3. Logotipo del Sello Ambiental Colombiano .....	35
Gráfica 4. Estructura del Sello Ambiental Colombiano.....	35
Gráfica 5. Distribución geográfica de los establecimientos de alojamiento y hospedaje con Sello Ambiental Colombiano .....	46
Gráfica 6. Número de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje con Sello Ambiental Colombiano por Ciudad o Municipio .....	47
Gráfica 7. Documentos asociados al Programa Sello Ambiental Colombiano.....	52
Gráfica 8. Estrategias para el aprovechamiento del Sello Ambiental Colombiano .....	65
Gráfica 9. Estrategias de mercadeo ecológico enfocadas al programa de ecoetiquetado ....	66
Gráfica 10. Estrategias de mercadeo ecológico enfocadas a establecimientos de alojamiento y hospedaje .....	71

## Introducción

El nivel de deterioro ambiental alcanzado en las últimas décadas, ha generado la necesidad de implementar acciones para prevenir, mitigar, controlar y compensar el impacto ambiental de la actividad humana en todas sus manifestaciones, lo que conocemos como gestión ambiental. Un gestor ambiental debe estar en la capacidad de generar conocimiento y estrategias a partir de la comprensión de los procesos socio-culturales, económicos y ambientales del objeto de estudio en procura del desarrollo sostenible.

Uno de los instrumentos de la gestión ambiental, creado para dar respuesta a la necesidad de vincular al sector productivo y al consumidor en esta dinámica de sostenibilidad es el Ecoetiquetado. El éxito de un programa de ecoetiquetado radica en su reconocimiento por parte del consumidor, lo que le permita tener información verídica y certificada del desempeño ambiental de las empresas, y basado en estos criterios, pueda escoger entre productos o servicios similares, a aquellos que portando la ecoetiqueta certifican que cumplen con criterios ambientales en la elaboración de productos o en la prestación de servicios.

Existen alrededor de 440<sup>1</sup> programas de ecoetiquetado en todo el mundo y Colombia se suma a esta tendencia de promover el buen desempeño ambiental del sector productivo impulsado por la demanda, a través del programa Sello Ambiental Colombiano.

Tras ocho años de funcionamiento, el Sello Ambiental Colombiano representa una baja participación en el mercado al contar con 10 categorías de productos normalizadas y productos o servicios certificados en sólo dos de ellas.

Aunque el Sello Ambiental Colombiano ha tenido su mayor acogida entre los establecimientos de alojamiento y hospedaje, el balance de su implementación dista de mostrar los resultados y beneficios planteados durante el diseño y puesta en marcha de este programa de ecoetiquetado. Es así como surge la necesidad de emprender un análisis crítico e integral de la situación actual del programa Sello Ambiental Colombiano, que a través de

---

<sup>1</sup> Información más detallada de estos programas se puede encontrar en: <http://www.ecolabelindex.com/>

la interdisciplinariedad de la gestión ambiental, permita proponer estrategias para su aprovechamiento por parte de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la ciudad de Bogotá.

Para enmarcar esta problemática, se abordan los conceptos asociados a un programa de ecoetiquetado, ofreciendo una mirada sistémica a aspectos como el aporte del consumo sostenible a la problemática ambiental global, el mercadeo ecológico como respuesta del sector productivo frente a estas nuevas tendencias de consumo, los programas de ecoetiquetado y su papel en los mercados verdes y, por consiguiente, cómo esto se relaciona con el desempeño ambiental del sector hotelero y el turismo sostenible.

A través de métodos cualitativos de investigación, se recogen las experiencias de los actores involucrados en el programa Sello Ambiental Colombiano, identificando las motivaciones de los establecimientos de alojamiento y hospedaje para implementar y obtener el certificado, la posición de los usuarios frente al desempeño ambiental de los hoteles, así como el nivel de reconocimiento de la ecoetiqueta y su incidencia en la decisión de compra.

De esta forma, el presente trabajo aporta soluciones para el mejoramiento del proceso de implementación de este instrumento de la gestión ambiental pública del país, buscando un mejor aprovechamiento por parte de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la ciudad de Bogotá y el fortalecimiento en general del programa Sello Ambiental Colombiano a través de la estrategias de mercado con enfoque ecológico.

## 1. Planteamiento del problema

La problemática ambiental es consecuencia del impacto generado por los patrones de consumo y producción sin precedentes en el ecosistema.

El Sistema Tierra provee las bases para todas las sociedades humanas y sus actividades económicas (...). Sin embargo, los siete mil millones de seres humanos que existen hoy en día están explotando colectivamente los recursos de la Tierra a tasas e intensidades crecientes que sobrepasan la capacidad de sus sistemas para absorber residuos y neutralizar los efectos adversos sobre el ambiente. De hecho, el agotamiento o la degradación de varios recursos clave están ya limitando el desarrollo convencional en algunas regiones del mundo (PNUMA, 2012, pág. xviii).

Un paso importante en la comprensión y dimensión de la problemática ambiental generada en los patrones de consumo se da con la Agenda 21 originada en la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, celebrada en Rio de Janeiro en el año 1992 donde se establece que la Agenda 21 “deja claramente sentada la necesidad de reducir en ciertos lugares del mundo las modalidades de consumo ineficaces y con un elevado desperdicio, fomentando simultáneamente en otras zonas un desarrollo más intenso y sostenible. Se proponen políticas y programas para la consecución de un equilibrio duradero entre el consumo, la población y la capacidad de sustento de la tierra”. Esto plantea el reto de generar productos o servicios con ciclos de vida sostenibles, lo cual no implica la eliminación del impacto ambiental sino su minimización y reducción.

Por otro lado, hacia el año 2003, se gesta el Proceso de Marrakech, liderado por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (DAES), con el fin de apoyar la implementación de proyectos y estrategias de Consumo y Producción Sustentable (CPS) y la elaboración de un marco de acción global sobre el CPS. Este proceso contó con la participación activa de gobiernos nacionales, organismos de desarrollo, sector privado, sociedad civil y otros interesados.

A nivel nacional, también existen algunas iniciativas del gobierno para hacer frente al deterioro ambiental, interviniendo sobre las tendencias de consumo. Una de ellas es el Acuerdo 392 de 2009 del Consejo de Bogotá “Por medio del cual se establecen estrategias para incentivar hábitos de consumo responsable y se dictan otras disposiciones”,

entendiendo el consumo responsable como “la elección de productos y servicios, no sólo con base en su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social y por la conducta de las empresas que los elaboran”. Por consiguiente, una de las principales restricciones de este esquema radica en el desconocimiento de los consumidores del desempeño ambiental de los productos y servicios que demanda.

Por su parte, la Secretaria Distrital de Ambiente de Bogotá creó el Ecodirectorio Empresarial, una plataforma virtual que busca promover dentro de la comunidad empresarial y los consumidores, a las empresas que han demostrado tener responsabilidad ambiental. Para que una empresa sea publicada en dicho directorio, debe cumplir con requisitos como pertenecer a una actividad económica legalmente constituida, estar ubicada dentro del perímetro urbano del distrito capital y cumplir la normatividad ambiental vigente. No obstante, a la fecha existen menos de 80 empresas de diversos sectores publicadas en el Ecodirectorio Empresarial (Secretaria Distrital de Ambiente, 2013), una pequeña cantidad frente al universo de empresas de Bogotá que cumplen estos criterios.

Ahora bien, ante la necesidad mundial de productos y servicios con ciclos de vida ambientalmente menos dañinos y más prolongados, que informen al consumidor y le den pautas de selección, han surgido expectativas tanto gubernamentales como de organizaciones y consumidores que comienzan a impulsar el desarrollo de nuevas tendencias frente al consumo de productos y esto empieza a cristalizarse con la aparición de los ecosellos o ecoetiquetas.

La ecoetiqueta es una herramienta de identificación y diferenciación de productos o servicios que se otorga cuando estos acatan ciertos criterios ambientales y tienen un menor impacto ambiental. Es un instrumento de divulgación de información que pretende influir en la decisión de compra de los consumidores incentivando la preferencia hacia bienes y servicios amigables con el medio ambiente. En efecto, su importancia radica en promover la demanda y oferta de productos o servicios que causen menos impacto en el ambiente, mediante la comunicación de información verificable, exacta y no engañosa sobre sus aspectos ambientales, estimulando así el potencial para el mejoramiento ambiental continuo impulsado por el mercado.

Está reglamentada por la Norma ISO 1424 Rótulos y Declaraciones Ambientales, Rotulado Ambiental Tipo I, que establece los principios y procedimientos para desarrollar programas de eco-rotulado de este tipo, incluyendo los lineamientos para la selección de categorías de productos, sus criterios ambientales, evaluación de la conformidad y certificación para otorgar el rótulo. (ICONTEC, 2000)

Las Ecoetiquetas han jugado un papel importante en la promoción del consumo consciente y sostenible desde hace más de tres décadas. Una de las más importantes es “Der Blaue Engel” (El Ángel Azul), el primer y más antiguo Ecosello para productos y servicios en el mundo, creado en 1978 en Alemania que cuenta hoy con cerca de 11.700 productos y servicios certificados clasificados en 125 categorías (The Blue Angel, 2013).

El primer paso de un programa de ecoetiquetado es la categorización de los productos o servicios, esto consiste en agruparlos de acuerdo con sus características funcionales e impacto ambiental, para posteriormente definir los criterios o requisitos ambientales que los productos o servicios deben cumplir, los cuales se evalúan para otorgar o no el ecosello.

Una de las categorías identificada e incluida por diversos programas de ecoetiquetado corresponde al sector del Turismo, el cual aunque es conocido comúnmente como la “industria sin chimeneas”, no escapa a la problemática ambiental global. Según estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), los ingresos derivados del turismo internacional crecieron en un 4% en el año 2012 y tal como se había pronosticado, en este mismo año se llegó a la cifra de mil millones de turistas viajando por el mundo. Si bien ha representado una actividad importante para la economía mundial, se ha convertido en un constante deteriorador del medio ambiente natural y social; no sólo ha transformado el aspecto físico de las zonas turísticas, sino que ha generado graves trastornos ecológicos (López & Palomino, 2013).

En consecuencia, se han desarrollado numerosos programas de ecoetiquetado en el sector turístico, entre los cuales se mencionan: The Program for Development of Ecological Marking (Ucrania), Ecologo (Canadá), Czech Environmental Information Agency CENIA (República Checa), EU Ecolabel (Unión Europea) y el Nordic Environmental Label (Noruega) (Global Ecolabelling Network, 2013).

Por su parte, Colombia creó el Sello Ambiental Colombiano (SAC) en el marco del Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes y reglamentó su uso mediante la Resolución 1555 de 2005 expedida por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. Por consiguiente, en el año 2006, se emitió la norma “*NTC 5133 – Etiquetas ambientales Tipo I. Sello Ambiental Colombiano. Criterios ambientales para establecimientos de alojamiento y hospedaje*”. En efecto, el sector hotelero fue el pionero en la adopción del SAC gracias a la acertada identificación de las características de la demanda especialmente de clientes extranjeros, quienes vienen de países con sistemas de ecoetiquetado maduros y exitosos.

Sin embargo, el bajo nivel de reconocimiento entre la sociedad colombiana de la importancia del sello, ha impedido que se convierta en una herramienta de decisión de compra que estimule a las empresas a buscar en el mismo un factor de diferenciación de mercado.

La implementación del SAC no ha tenido la acogida que requieren los mercados contemporáneos, que deberían estar moviéndose hacia tendencias verdes de consumo como un camino claro de competitividad en una prospectiva cercana. Actualmente existen 92 hoteles certificados en Colombia, de los cuales el 28% están ubicados en la ciudad de Bogotá. Por consiguiente, la participación de estos 26 hoteles certificados con SAC entre los 566 establecimientos de alojamiento y hospedaje que existen en Bogotá según el Registro Nacional de Turismo es de tan solo el 5%. Esto evidencia que después de un poco más de 6 años de vigencia del programa de ecoetiquetado, requiere intervención para mejorar su eficacia y lograr el cumplimiento de sus objetivos.

En consecuencia, se requiere identificar ¿Qué tipo de ajustes se deben hacer a la estructura y forma de implementación del programa Sello Ambiental Colombiano, para que responda de manera eficaz a las estrategias de mercadeo con criterios sostenibilidad ambiental en establecimientos de alojamiento y hospedaje en Bogotá?

## **2. Justificación**

La problemática ambiental global ha generado la necesidad de implementar diferentes modelos de intervención en la gestión del territorio, los sistemas productivos, la legislación ambiental y en los patrones de consumo.

Es necesario que las dinámicas de consumo de producto cambien hacia una dirección acorde con la sostenibilidad, para ello es necesario empezar por fortalecer y potenciar las herramientas ya existentes que propenden por una mayor conciencia en la compra y uso de productos.

Dando respuesta a las iniciativas mundiales de transformación del modelo de desarrollo actual hacia uno sostenible, tomando como partida la incidencia de los patrones insostenibles de consumo en el deterioro del medio ambiente (Agenda 21), surgen los sistemas de etiquetado ecológico, que son una herramienta de fomento a las empresas para desarrollar y promocionar productos y/o servicios con escaso impacto ambiental y, por otra parte, para proporcionar a los consumidores información que les permita diferenciar entre productos similares en el mercado y escoger basados en criterios ambientales.

Al igual que otros sistemas de gestión ambiental como el ISO 14001, la ecoetiqueta es un instrumento que ha demostrado un alto potencial en el mundo en la concientización de consumidores. Su implementación en los productos implica la adopción de métodos de producción tendientes a minimizar el impacto ambiental, y adicionalmente, se constituyen en una herramienta fuerte de promoción y mercadeo de los productos certificados, generando valor agregado a las empresas para ser más competitivas y mejorar sus ventas.

Siguiendo la tendencia de los mercados verdes internacionales, el gobierno colombiano, a través del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS), desarrolló y puso en marcha el programa de ecoetiquetado Sello Ambiental Colombiano y una de sus categorías promueve el turismo sostenible a partir de la implementación de criterios ambientales en los establecimientos de alojamiento y hospedaje.

Sin embargo, el bajo reconocimiento del sello por parte de los consumidores y la escasa participación de dichos establecimientos, hacen que sea necesario evaluar la estructura del

programa Sello Ambiental Colombiano, así como la participación de las partes interesadas, con el fin de establecer acciones de mejora que garanticen el cumplimiento de los objetivos establecidos.

El presente trabajo de investigación pretende suministrar tanto al Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible como a los establecimientos de alojamiento y hospedaje, recomendaciones de mejora en la implementación del SAC, a través de estrategias de mercadeo ecológico.

Si no se realizan ajustes, se puede generar el debilitamiento del programa Sello Ambiental Colombiano, la disminución progresiva de los establecimientos certificados y la pérdida de credibilidad por parte de los consumidores.

El análisis de las variables del marketing mix (producto, precio, canales de distribución, comunicación y personas) en el programa SAC, permiten el desarrollo de estrategias de aprovechamiento integral que garanticen la adecuada implementación de la ecoetiqueta, fomenten el consumo sostenible y funcionen como estrategia de mercadeo de los establecimientos certificados, de tal forma que el sector turístico cuente con una herramienta de gestión ambiental apropiada a las necesidades del sector y acorde con los lineamientos de sostenibilidad ambiental.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo general**

Proponer acciones de mejoramiento en los procesos de aplicación del Sello Ambiental Colombiano, con el fin de ofrecer a los establecimientos de alojamiento y hospedaje de Bogotá estrategias focalizadas de mercadeo con criterios de sostenibilidad ambiental.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- Identificar criterios de adopción del Sello Ambiental Colombiano en establecimientos de alojamiento y hospedaje en Bogotá y los resultados de su aplicación, con el fin de orientar un mejor uso y aprovechamiento.
- Identificar el nivel de reconocimiento del Sello Ambiental Colombiano y la incidencia que ejerce en el consumidor para seleccionar y hacer uso de establecimientos de alojamiento y hospedaje.
- Analizar los documentos que guían la implementación del Sello Ambiental Colombiano, aplicable a los establecimientos de alojamiento y hospedaje para identificar oportunidades de mejoramiento.
- Diseñar, con criterios de sostenibilidad ambiental, las estrategias de mercadeo para la aplicación del Sello Ambiental Colombiano y favorecer su aprovechamiento por parte de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de Bogotá.

#### 4. Antecedentes Investigativos

Para identificar la pertinencia de la presente investigación, se realizó una revisión de la literatura existente así como los estudios o artículos realizados sobre el ecoetiquetado ecológico en el contexto colombiano.

Pese a que no se encontraron estudios puntuales sobre el Sello Ambiental Colombiano en Entidades de Alojamiento y Hospedaje, a continuación se mencionan algunas investigaciones relacionadas, describiendo su alcance, objetivos y principales hallazgos.

Previo a la implementación del programa Sello Ambiental Colombiano, se realizó el trabajo de investigación: *El Etiquetado Ecológico* (Lozano y Molina, 2001) de la Pontificia Universidad Javeriana, el cual pretendía presentar las relaciones entre el etiquetado ecológico y el comercio internacional, establecer el funcionamiento y eficacia de un sistema de ecoetiquetado y sus implicaciones jurídicas para finalmente valorar la importancia y viabilidad de un programa de ecoetiquetado en Colombia. Dentro de las principales conclusiones de dicho estudio, se identificó en el marco de los procesos de comercio internacional, la necesidad de que en Colombia sea factible la implementación de un programa de ecoetiquetado para que los productos tengan acceso a mercados más exigentes y competitivos. Así mismo, plantea que aunque “teóricamente” se afirme que las ecoetiquetas son de carácter voluntario, la práctica comercial internacional exige su utilización, ya que los productos carentes de este distintivo, quedarán seguramente relegados de los mercados internacionales.

Posterior al establecimiento del programa, también en la Pontificia Universidad Javeriana se publicó el trabajo de investigación: *Elaboración de un plan de negocio para la creación de un hotel temático con sello verde* (Rodríguez y González 2010), el cual estudia la posibilidad de crear un hotel con sello verde en la Laguna de Tota (Boyacá) con altos estándares de calidad y amigable con el ambiente, implementando tecnologías como filtros de agua, reciclaje de residuos y aguas grises, aerogeneradores, colectores de energía, entre otros, para evaluar el grado de aceptación y encontrar el mercado meta. El plan de negocios

concluye como viable la creación de este hotel enmarcado dentro de una política ambiental que le permita promover la sostenibilidad, manteniendo sus prácticas ambientales abiertas a los huéspedes con el fin de crear conciencia de preservación ambiental.

En el informe del trabajo, *Una aproximación a los ecosellos* (Valero y Vega, 2011), se presenta un acercamiento sobre los avances y definiciones de los ecosellos desde la perspectiva del desarrollo y el consumo sostenible centrándose en la identificación de los posibles impactos en los consumidores y en las empresas, y finalmente desarrolla una breve conceptualización de los ecosellos en el contexto colombiano. Se concluye que la potencialidad de este tipo de etiquetado es dual, por un lado, en las empresas para que mantengan su compromiso con la calidad ambiental y al tiempo cuenten con una herramienta de competitividad y, por otra parte, frente a los consumidores, para que logren cambiar sus patrones de consumo, de tal forma que estos sean más sostenibles, para lo cual es necesario diseñar procesos educacionales y de sensibilización que acompañen el etiquetado ecológico.

A un nivel más administrativo, en el artículo: *Implicaciones de los sellos verdes en el cambio organizacional* (Arévalo, 2009), se intenta explicar los elementos sociales y culturales que impulsan un determinado cambio en las prácticas, objetivos y estrategias de una organización en su interés por obtener o mantener un sello verde con el ánimo de insertarse o mantenerse en la dinámica del comercio internacional. Los Mercados Verdes se constituyen en un punto de encuentro entre los defensores de la causa ambiental y los defensores del comercio, ya que sus patrones productivos aducen la protección del medio ambiente y además generan nichos de mercado, tanto al nivel local como internacional. Se evidencia que los programas de sellos verdes tienen impacto directo sobre la empresa en tanto se construyen sobre el producto o los procesos de producción pero, por otra parte, se basan también en principios de competitividad y estrategia de negocios que llevan a las empresas a ampliar sus mercados y a incursionar con una buena imagen en el comercio internacional.

Respecto a las estrategias que pueden acompañar la implementación de un programa de ecoetiquetado, en el trabajo de investigación: *Impacto del ecomarketing en los indicadores*

*de productividad de las empresas Colombianas* (Salazar *et al.*, 2012) se identifica como principal beneficio de integrar el marketing ecológico en las empresas colombianas, la generación de oportunidades o ventajas competitivas, ya que al ofrecer productos y/o servicios ecológicos se genera un valor agregado importante y significativo para los consumidores quienes optarán por adquirir estos productos; así mismo, se generará reconocimiento y preferencia por parte del consumidor y ventaja sobre la competencia.

Tras ocho años de implementación del Sello Ambiental Colombiano, se evidencia que aún la ecoetiqueta no es garantía de acceso a los mercados internacionales; que pese al establecimiento de un programa de ecoetiquetado acorde con los estándares internacionales, el reconocimiento y aceptación de la ecoetiqueta por parte de los consumidores y productores, es clave para cumplir su objetivo de identificar productos o servicios con criterios ambientales y por ende mejorar la calidad ambiental por presión de la demanda. Así mismo, se sugiere acompañar el programa de ecoetiquetado de estrategias de mercadeo ecológico que garanticen el cumplimiento de su objetivo.

## **5. Marco Teórico**

### **5.1 Consumo y Producción Sostenible como alternativa a la problemática ambiental global**

Discutido desde hace más de 20 años en la Cumbre de la Tierra de Rio de Janeiro e impulsado por la Agenda 21 y el Proceso de Marrakech, el Consumo y Producción Sostenible (CPS) sigue siendo uno de los instrumentos presente en las políticas ambientales, económicas y sociales encaminadas al desarrollo sostenible de los países que suscribieron dichos acuerdos.

El concepto de Consumo y Producción Sostenible propuesto por el Simposio de Oslo en 1994, se refiere al “uso de servicios y productos que responden a las necesidades básicas, mejoran la calidad de vida y, a la vez, minimizan el uso de recursos naturales y materiales tóxicos así como las emisiones de desechos y contaminantes durante el ciclo de vida del servicio o producto; para así no poner en peligro las necesidades de las generaciones venideras”.

En consecuencia, dando respuesta a los compromisos adquiridos, Colombia adoptó en 1997 la Política Nacional de Producción más Limpia cuyo objetivo global pretendía prevenir y minimizar el impacto al medio ambiente introduciendo la dimensión ambiental en los sectores productivos. Posteriormente, en el año 2002, expidió el Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes, como marco nacional e institucional para consolidar la producción y comercialización de bienes y servicios ambientalmente sostenibles en los mercados nacionales e internacionales.

Estas iniciativas han impulsado un amplio rango de acciones desarrolladas por empresas, autoridades ambientales, comunidades y universidades alrededor del país. Hacia el año 2010, y una vez realizada la evaluación de los avances de las políticas mencionadas anteriormente, se estableció la Política de Producción y Consumo Sostenible, orientada a promover el cambio de los patrones de producción y consumo de la sociedad colombiana hacia la sostenibilidad ambiental, la transformación productiva y la competitividad empresarial.

Sin embargo, las mejoras alcanzadas hasta el momento en materia de producción contrastan con una población en continuo crecimiento, que demanda cada vez más productos y servicios sin entrar a considerar la forma como fueron elaborados o provistos, en virtud muchas veces de la desinformación, la falta de conocimiento o el desinterés. El consumidor permanece indiferente en materia ambiental y sus preferencias de consumo están determinadas principalmente por el precio y la calidad. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2012)

### **5.1.1 Comportamiento ecológico del consumidor**

Es evidente que las políticas gubernamentales y las acciones emprendidas por el sector productivo aportan en gran medida al proceso de mitigación del impacto ambiental en el país, sin embargo, no se puede dejar de lado el papel del consumidor y su responsabilidad en el éxito o fracaso de dichas iniciativas.

La responsabilidad medioambiental la comparten fundamentalmente: la administración, las empresas y los consumidores, los cuales están claramente interrelacionados debido a que las decisiones de cada uno de ellos influye en los otros. Además los medios de comunicación también están jugando un importante papel en este proceso, ya que con sus informaciones presionan a las empresas y a la administración, y transmiten a los consumidores las noticias más relevantes.

El consumidor, si bien ha sido responsable del deterioro ambiental como fruto de su actividad diaria de consumo, también ha impulsado en gran medida la concientización hacia la protección del ambiente generando impacto en los sistemas productivos así como en la gestión pública.

El consumo responsable defiende los efectos positivos de un consumo cuidadoso con el medio ambiente y las personas, frente a un consumo excesivo, superfluo e innecesario, dañino para la vida del Planeta, y, por tanto, para todos sus habitantes. Un consumo responsable ayuda a erradicar la pobreza, facilita la respiración de las plantas y el cuidado del medio ambiente, mejora la distribución de los recursos, (sociales, ecológicos,

económicos...) entre todos los habitantes de La Tierra, y da una gran satisfacción a quien lo practica. (UNICEF, 2011, pág. 4)

Existen diferentes variables internas y externas que influyen al individuo a adoptar una posición favorable hacia el consumo sostenible. Dentro de las variables internas podemos considerar los valores, las ideas, y opiniones, la personalidad o la actitud que el individuo muestra en cualquier actividad que desarrolla. Y, dentro de las variables externas estarían las variables de información, la publicidad, los grupos sociales, la familia, la educación, etc., que influyen en los aspectos internos anteriores y, en definitiva, en que su conducta sea más o menos ecológica. (Fraj & Martínez, 2002, pág. 111)

Dentro de los hábitos o comportamientos más comunes de un consumidor ecológico se puede destacar su preferencia por comprar productos orgánicos, naturales o que no dañen el medio ambiente, clasificar y separar los residuos, participar en campañas de reciclaje y ahorrar en el consumo de recursos como agua y energía eléctrica.

En el año 2008, el Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial formuló un estudio de opinión acerca del consumo sostenible, el cual a través de una encuesta realizada por Datexco, buscaba evaluar la percepción, conocimiento, motivaciones y tendencias de la población colombiana frente al consumo sostenible.

Entre las principales conclusiones del estudio, se encuentra que aunque el 64% de los encuestados reconocen que el principal causante de los problemas ambientales en el país es la gente, los consumidores colombianos no contemplan como prioridad en su vida cotidiana la preocupación por los temas ambientales; preocupa más el desempleo, la situación de orden social y la situación económica.

El 73% de los encuestados manifiesta que tiene mucha importancia el hecho de que un producto esté fabricado respetando el medio ambiente, y el 86% estaría dispuesto a pagar un precio algo superior por un producto que no dañe el medio ambiente, sin embargo sólo el 33% de los encuestados manifiestan saber qué es un sello ambiental, de los cuales en su mayoría son habitantes de la ciudad de Medellín y pertenecen a un nivel socioeconómico alto.

En conclusión los consumidores manifiestan que quieren aprender y que están dispuestos a cambiar los actuales patrones de consumo, pero que el gobierno nacional y las autoridades ambientales deben orientarlos sobre cómo hacerlo.

Adicionalmente, los consumidores manifiestan no tener pleno conocimiento de qué es un sello ambiental y su utilidad para él, para el empresario y la sociedad y aunque no sabe qué implicaciones trae que un producto tenga un sello ambiental, sí está de acuerdo con que se implemente en todos los productos y servicios.<sup>2</sup>

Lo anterior es evidencia que un mayor acceso a información clara y veraz acerca del desempeño ambiental de las empresas y el impacto generado por el consumo de los productos o servicios, sumado a condiciones económicas propicias, pueden generar una postura favorable del consumidor colombiano hacia los mercados verdes y el consumo sostenible.

### **5.1.2 Mercadeo ecológico como estrategia para incursionar a los mercados verdes**

El consumidor verde o ecológico se puede definir como aquel consumidor que manifiesta su preocupación por el medio ambiente en su comportamiento de compra, buscando productos que sean percibidos como de menor impacto sobre el medio ambiente. La aparición de este nuevo consumidor preocupado no sólo por la satisfacción de sus necesidades actuales sino también por la protección del entorno natural, obliga a las empresas a adoptar una nueva forma de entender el marketing: el marketing ecológico (también denominado marketing medioambiental, marketing verde, ecomarketing o marketing sostenible) (Chamorro, 2001, pág. 3).

El Marketing ecológico es definido como “un modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria para las partes que en ella intervienen, la sociedad y el entorno natural, mediante el desarrollo, valoración, distribución, y promoción por una de las partes de los bienes, servicios o ideas que la otra parte necesita,

---

<sup>2</sup> Datexco. Encuesta Consumo Sostenible para el MAVDT [en línea] <[http://www.soyecolombiano.com/site/Portals/0/documents/estudios\\_opinion/Estudio\\_MAVDT.pdf](http://www.soyecolombiano.com/site/Portals/0/documents/estudios_opinion/Estudio_MAVDT.pdf)> [citado en 6 de Octubre de 2013]

de forma que, ayudando a la conservación y mejora del medio ambiente, contribuyan al desarrollo sostenible de la economía y la sociedad” (Calomarde, 2002)

Según (Chamorro, 2001), se puede ver como el proceso de planificación, implantación y control de una política de producto, precio, promoción y distribución que permita conseguir los tres siguientes criterios: (1) que las necesidades de los clientes sean satisfechas, (2) que los objetivos de la organización sean conseguidos y (3) que el proceso genere el mínimo impacto negativo en el ecosistema.

Sheth y Parvatiar (1995) afirman que mientras el gobierno interviene regulando y controlando la aplicación de la normativa ambiental, las empresas diseñan nuevas estrategias de marketing que se pueden definir como las cuatro R's: redirección de las necesidades del consumidor, reconsumo, reorientación del marketing mix y reorganización. (Fraj & Martínez, 2002)

Dichas estrategias están dirigidas a transformar la forma de consumo, en fomentar en el consumidor una cultura de reuso de sus productos y a redireccionar las necesidades de los consumidores hacia productos con menor impacto ambiental o elaborados con tecnologías limpias, lo cual trae como consecuencia la necesidad de realizar cambios en la organización y de tomar decisiones sobre las variables del marketing mix.

De acuerdo a McCarthy (1960), el marketing mix es la combinación de cuatro elementos sobre los cuales las empresas pueden actuar y establecer el plan de mercadeo, estos elementos son: producto, precio, promoción y distribución. Para el establecimiento de un plan de mercadeo ecológico, se deben reorientar estas variables del marketing mix incorporando objetivos y criterios ambientales como describe por Fraj y Martinez (2002) a continuación.

a) Producto. Las decisiones deben ir encaminadas a diseñar un producto o servicio de tal forma que se minimice el impacto ambiental en cuanto al consumo de recursos y la generación de residuos durante la fabricación, consumo y/o uso y disposición final.

Una de las herramientas de la gestión ambiental que contribuye en este aspecto es el Análisis del Ciclo de Vida de un Producto (ACV), el cual implica una valoración de los

diferentes impactos ambientales que el producto genera desde la obtención de las materias primas que permitirán su fabricación, hasta el uso y consumo del mismo para su posterior, reutilización o eliminación definitiva del mercado. De esta forma, la empresa es consciente de los daños que causa al medio ambiente en cada una de las etapas de dicho ciclo y puede actuar directamente sobre ellas, incorporando las mejoras pertinentes.

b) Precio. A la hora de fijar un precio para un producto o servicio que cumple con criterios ambientales, se deben valorar tres aspectos, la percepción del consumidor, los precios de la competencia y la estructura de costos unitarios.

Es habitual que el precio de dichos productos aumente frente al de la competencia debido a la internalización de los costos ambientales tales como la inversión en tecnologías limpias, el manejo y disposición final de los residuos, la capacitación del personal entre otros, sin embargo la disminución de los impactos con la consecuente disminución de energía empleada, ahorro de materias primas y otros recursos, pueden compensar el diferencial de costos. Respecto a la percepción del consumidor, es necesario educarlo con los argumentos necesarios para que éste perciba el beneficio de comprar productos ecológicos.

En este sentido, una mejora medioambiental en la actividad empresarial puede venir tanto del lado de la oferta (mejora de la productividad por ahorro de costes) como, por el lado de la demanda (a través de la diferenciación del producto)

c) Distribución. Los canales de distribución son la herramienta del marketing que se encarga de relacionar la producción con el consumo. Desde el punto de vista ecológico, la distribución permite una utilización de los recursos más eficiente pues no solo hace que se empleen las materias primas necesarias en el proceso productivo sin que se derrochen o malgasten, sino que también facilita la canalización de los retornos de productos y de sus residuos para que se reutilicen o reciclen. Por tanto, la distribución abarca diferentes etapas en el ciclo de vida del producto y, por este motivo, es importante el análisis de su repercusión en los impactos ecológicos del producto a lo largo de dicho ciclo.

d) Promoción. Es la transmisión de información del vendedor al comprador sobre el producto o servicio que ofrece. Esta se realiza a través de diversos medios y su objetivo final es el de estimular la demanda.

La promoción de un producto ecológico debe buscar un doble objetivo, educar medioambientalmente a todas las partes interesadas y contribuir a crear una imagen de responsabilidad medioambiental que permita, directa o indirectamente, tener un reflejo positivo en las ventas (Chamorro, 2001).

De los instrumentos de promoción más utilizados para divulgar los mensajes ecológicos son los Sistemas de gestión Ambiental (ISO 14001) y las Ecoetiquetas (ISO 14020).

## **5.2 El ecoetiquetado como instrumento de la gestión ambiental**

La Organización Internacional de Estandarización ISO define a las etiquetas y declaraciones ambientales como una manifestación que indica los aspectos ambientales de un producto o servicio y cuyo propósito global es promover la demanda y oferta de productos y servicios que causen menos impacto en el ambiente, mediante la comunicación de información verificable y exacta, no engañosa, sobre aspectos ambientales de dichos productos y servicios, estimulando así el potencial para el mejoramiento ambiental continuo impulsado por el mercado (ICONTEC, 2000).

Se trata de un instrumento económico de segunda generación que busca cambiar las preferencias del consumidor hacia bienes y servicios de características ambientales adicionales y, por tanto, incentivar la demanda de este tipo de productos amigables con el ambiente. Estas herramientas de la economía ambiental se denominan instrumentos de divulgación de la información al público y trabajan creando conciencia ambiental en la población en procura de que la opinión pública presione a los agentes contaminadores para que cambien su comportamiento frente al ambiente. El programa de Ecoetiquetado otorga, por tanto, el permiso del uso de un sello o etiqueta a los bienes o servicios que demuestren cumplir con los criterios establecidos para cada categoría y grupo de productos (Gómez & Duque, 2004, pág. 49).

La estrategia competitiva basada en Ecoetiquetado es una estrategia de Diferenciación de Producto con alto contenido de responsabilidad social, que contribuye a mejorar la calidad de vida del hombre, conservar los ecosistemas, y preservar los recursos naturales, o sea, que opera en el contexto de desarrollo sostenible, cuyos valores intrínsecos son tan apreciados y solicitados en este nuevo siglo XXI por los consumidores (Gómez & Duque, 2004, pág. 52)

Mediante un sistema como este, los compradores se benefician al obtener información veraz y sencilla sobre aspectos que benefician su salud y el ambiente mientras los productores que desarrollan sistemas de producción ambientalmente sostenible, gozan de la ventaja competitiva que constituye el sello como mecanismo de aseguramiento y consecución de clientes (Gómez & Duque, 2004, pág. 56)

### **5.2.1 Estandarizar para combatir el greenwashing**

Si bien los consumidores pueden impulsar el desarrollo de productos y servicios amigables con el medio ambiente a través de la demanda, esto ha generado también que las empresas con el ánimo de captar la atención de este nicho de mercado, presenten sus productos o servicios como “verdes” o “sostenibles” cuando en realidad no lo son o no existe la manera de comprobarlo, esta práctica es comúnmente conocida como Greenwashing. Es así como a través de empaques con información engañosa, logos, etiquetas ecológicas falsas, slogans y prefijos como “bio” o “eco”, las empresas atraen a los consumidores que entre sus factores de decisión de compra se incluyen criterios ambientales.

Según un estudio realizado en Estados Unidos y Canadá por una agencia de mercadeo llamada Terrachoice (ahora propiedad de Underwriters Laboratories), llamado “The Sins of Greenwashing 2010”, el uso de falsos ecosellos iba en incremento respecto al año anterior, ya que más del 32% de los productos “verdes” analizados en dicho estudio, portaban esta clase de sellos, comparado con el 26.8% hallado en el 2009 (UL, Terrachoice, 2010).

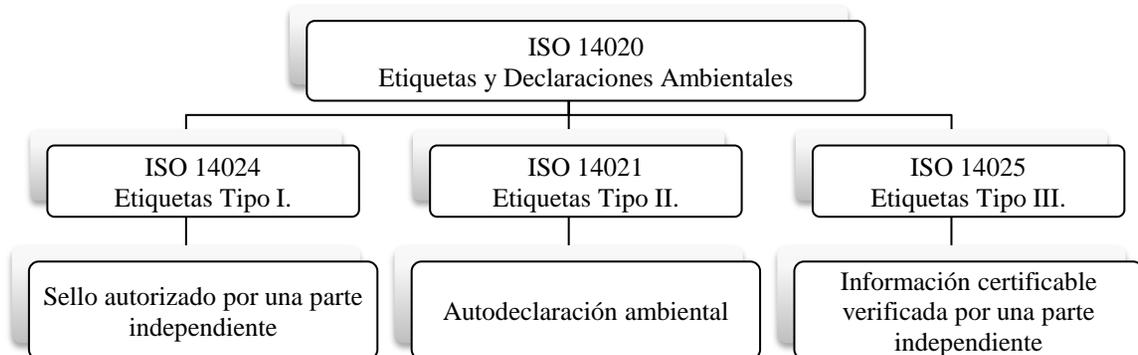
Si esta clase de engaño hace que los consumidores no puedan distinguir entre un producto ecológico y uno fraudulento, generando confusión u desconfianza, no hay incentivo para la innovación.

Por consiguiente, las empresas que si cumplen con criterios ambientales, necesitan mecanismos para garantizar que sus declaraciones ambientales sean creíbles, verificables y generen confianza en el consumidor.

En consecuencia, hacia la década de los 90's, la Organización Internacional de Estandarización o ISO, como el mayor organismo desarrollador de normas y estándares internacionales, toma parte en este tema y desarrolla la norma ISO 14020 que se ocupa específicamente de las etiquetas y declaraciones ambientales.

El desarrollo de esta norma comenzó con la clasificación de los diferentes tipos de etiquetado existentes. Se identificó como Tipo I el esquema de ecoetiquetado clásico que otorga una marca o logotipo basado en el cumplimiento de una serie de criterios ambientales. El Tipo II consiste en las auto-declaraciones ambientales realizadas por empresas o fabricantes y que no cuentan con la certificación de un ente externo. Adicionalmente se reconoció como Tipo III, una práctica que estaba empezando a surgir, y que consiste en la publicación de información cuantitativa verificable que describe el desempeño ambiental de un producto (ISO, 2012).

**Gráfica 1.** Tipos de etiquetado ambiental según la ISO



Fuente: Gómez y Duque (2004)

A pesar de que algunos programas de ecoetiquetado en el mundo se remontan a los años 70, la norma ISO 14024 publicada en el año 1999, establece los principios y procedimientos para desarrollar programas de ecoetiquetado tipo I, lo cual incluye la selección de las categorías de productos, los criterios ambientales y características de función de producto;

y para evaluar y demostrar conformidad así como el procedimiento de certificación y otorgamiento del sello.

Esta norma, editada por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación ICONTEC bajo el nombre NTC-ISO 14024 en el año 2000, en su Capítulo 4 señala como objetivo “asegurar la transparencia y credibilidad en la implementación de programas de eco-rotulado ambiental Tipo I y armonizar los principios y procedimientos aplicables a los programas” (ICONTEC, 2000)

En el capítulo 5 se describen los principios bajo los cuales se debe establecer un programa de eco rotulado ambiental Tipo I, los cuales se resumen a continuación:

- Naturaleza voluntaria del programa: Su aplicación debe ser voluntaria, incluso para los programas operados por el gobierno.
- Relación con la norma ISO 14020: Además de los requisitos de la presente norma, se deben tener en cuenta los establecidos en la ISO 14020.
- Relación con la legislación: Se debe cumplir la legislación ambiental y otras pertinentes como condición previa para otorgar un rotulo ambiental.
- Consideración del ciclo de vida: se debe considerar la totalidad del ciclo de vida del producto al establecer los criterios ambientales del mismo.
- Selectividad: los criterios ambientales establecidos para un producto deben generar una diferencia mensurable en el impacto ambiental para que permitan su preferencia.
- Criterios ambientales del producto: se deben basar en indicadores que surjan de las consideraciones del ciclo de vida.
- Características de la función del producto: se deben tener en cuenta la aptitud del producto para el propósito y sus niveles de desempeño.
- Validez de los requisitos del programa: tanto los criterios ambientales como los requisitos funcionales deben establecerse para un periodo determinado y ser revisados periódicamente.

- Consulta: se debe establecer un proceso de participación formal abierta con las partes interesadas.
- Conformidad y verificación: todos los elementos del programa deben ser verificables por parte del organismo de eco-rotulado.
- Transparencia: se debe poder demostrar transparencia en todas las etapas del desarrollo y operación de un programa de eco-rotulado.
- Aspectos del comercio internacional: los requisitos de un programa de eco-rotulado no deben crear obstáculos innecesarios al comercio internacional.
- Accesibilidad: la aplicación de programas de eco-rotulado ambiental y su participación debe estar a todos los solicitantes potenciales.
- Base científica de los criterios ambientales del producto: El desarrollo y selección de los criterios de deben basar en principios científicos y técnicos sólidos.
- Prevención de conflictos de intereses: Los programas deben asegurar que están libres de influencias indebidas y que sus fuentes de fondos no crean conflictos de intereses.
- Costos y tarifas: Se deberían mantener lo más bajos posible para permitir la máxima accesibilidad.
- Confidencialidad: se debe mantener la confidencialidad de toda la información identificada como tal.
- Reconocimiento mutuo: la información sobre acuerdos de reconocimiento mutuo con otros organismos de eco-rotulado ambiental debe estar disponible.

Así mismo, en los Capítulos 6 y 7 de esta norma, se relaciona el procedimiento requerido para el establecimiento y operación de un programa de eco-rotulado ambiental Tipo I, el cual involucra un proceso repetitivo que incluye:

- Consulta con las partes interesadas.
- Selección de las categorías del producto.
- Desarrollo, revisión y modificación de los criterios ambientales del producto.

- Identificación de las características funcionales del producto.
- Establecimiento de los procedimientos de certificación y otros elementos administrativos del programa.

Es así como se pretende que los programas de eco-rotulado cumplan su función de “promover la demanda y oferta de productos y servicios que causen menos impacto en el ambiente, mediante la comunicación de información verificable y exacta, no engañosa, sobre aspectos ambientales de dichos productos y servicios, estimulando así el potencial para el mejoramiento ambiental continuo impulsado por el mercado” (ICONTEC, 2000).

### **5.2.2 Programas de ecoetiquetado en el mundo**

Según el Ecolabel Index<sup>3</sup>, uno de los directorios globales más grandes de programas de etiquetas ecológicas, en la actualidad se registran 439 ecosellos en 197 países y 25 sectores industriales.

Para mejorar, promover y desarrollar el etiquetado ecológico de los productos y servicios a escala mundial, en el año 1994 se fundó el Global Ecolabelling Network (GEN), una asociación sin ánimo de lucro que reúne organizaciones de eco-etiquetado Tipo I de todo el mundo. El Global Ecolabelling Network promueve el intercambio de información entre sus miembros y asociados, la difusión de información al público, la cooperación y colaboración entre sus miembros y organizaciones afines, además de facilitar la armonización de los programas de eco-etiquetado Tipo I en todo el mundo.

Las actividades realizadas por esta organización permiten que sus miembros sean reconocidos como los mejores esquemas de eco-etiquetado en el mundo. Sus actuales miembros son:

---

<sup>3</sup> Detalles de este directorio en: <http://www.ecolabelindex.com/>

Gráfica 2. Miembros del Global Ecolabelling Networking



Fuente: GEN Annual Report 2012

Entre los principales sellos se encuentra “The Blue Engel” (El Ángel Azul), el primero y más antiguo ecosello de productos y servicios en el mundo. Fue creado en 1978 en Alemania y cuenta actualmente con 125 categorías de producto estandarizadas y ha certificado más de 12.000 productos y servicios.

Por su parte el “EU Ecolabel”, conocido también como la Flor Europea, se puso en marcha en el año 1992 y hoy existen más de 17.000 productos y servicios certificados. Según cifras a Enero de 2012, las categorías con mayor número de productos son los pañuelos

desechables y productos de limpieza cada una con el 10% de participación, le siguen las pinturas y barnices con un 14% y las cubiertas para piso (cerámicos y madera) con el 33%.

La representación suramericana en el GEN la hace Brasil con el “ABNT Environmental Quality” el cual cuenta con 17 categorías de producto estandarizadas y 235 productos y servicios certificados.

Sin embargo, son muchos los sistemas de eco-etiquetado alrededor del mundo que sin pertenecer al GEN, cumplen con los requisitos de la norma ISO 14024 y apoyan la diferenciación de productos y servicios con criterios ambientales, como es el caso de Colombia.

### **5.3 Promoción del consumo sostenible en el país con el Sello Ambiental Colombiano**

Como respuesta a las exigencias ambientales de los consumidores, en el marco del Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes, cuyo objetivo general es consolidar la producción de bienes ambientales sostenibles e incrementar la oferta de servicios ecológicos competitivos en los mercados nacionales e internacionales, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible creó el Sello Ambiental Colombiano "SAC" y reglamentó su uso mediante la Resolución 1555 de 2005 expedida en conjunto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2013).

Con este instrumento se busca brindar al consumidor colombiano información verificable, precisa y no engañosa sobre los aspectos ambientales de los productos, estimular el mejoramiento ambiental de los procesos productivos y alentar la demanda y el suministro de productos que afecten en menor medida el medio ambiente.

Por tratarse de un distintivo que permite identificar y diferenciar los bienes y servicios que cumplen con criterios ambientales, se diseñó el logotipo que representa el Sello Ambiental Colombiano, acompañado del Manual de Identidad Corporativa, el cual sólo puede ser utilizado siempre y cuando haya sido otorgado por un organismo de certificación autorizado y durante el plazo establecido.

**Gráfica 3.** Logotipo del Sello Ambiental Colombiano



Fuente: MADS

### 5.3.1 Estructura del Programa Sello Ambiental Colombiano

Para asegurar la credibilidad, independencia y sostenibilidad económica del Sello Ambiental Colombiano, el programa funciona apoyado en una estructura que responde a las disposiciones del Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología del país, organizado mediante el Decreto 2269 de 1993 y a las normas internacionales de la serie ISO 14020, relativas a las etiquetas y declaraciones ecológicas.

**Gráfica 4.** Estructura del Sello Ambiental Colombiano



Fuente: MADS

Las principales funciones de los integrantes del Programa SAC son:

- Organismo Nacional de Acreditación (ONAC): Acredita a los organismos de certificación y laboratorios.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT): Encabeza el Subsistema Nacional de Calidad
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Territorial (MADS): Administra el Sello Ambiental Colombiano.
- Autoridad Nacional de Licencias Ambientales (ANLA): Autoriza a los organismos de certificación debidamente acreditados.
- Laboratorios de Ensayo: Realizan pruebas de acuerdo con lo establecido en las normas técnicas correspondientes.
- Organismos de Certificación: Otorgan el Sello y verifican su mantenimiento.
- ICONTEC (Organismo Nacional de Normalización): Elabora los criterios ambientales para la certificación SAC. Esta labor también puede ser desempeñada por Unidades Sectoriales de Normalización.
- Parte Interesada: Solicita la elaboración de criterios ambientales para el otorgamiento del SAC. Se beneficia de su implementación. Ejemplos de parte interesada son los gremios, consumidores, empresas, gobierno, entre otros.
- Solicitante/Usuario: Solicita el Sello e implementa voluntariamente los criterios ambientales aplicables a su categoría.

### **5.3.2 Objetivos y beneficios esperados del programa Sello Ambiental Colombiano**

El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Territorial estableció por medio de la Resolución 1555 de 2005, como objetivos del Programa Sello Ambiental Colombiano los siguientes:

- Crear una herramienta informativa y comercial para diferenciar productos que comparativamente presenten un mejor desempeño ambiental.

- Incentivar el crecimiento del mercado nacional por este tipo de productos.
- Promover un cambio hacia los productos ambientalmente amigables en las preferencias de compra de los consumidores.
- Facilitar el acceso al mercado y mejorar la imagen de los productos con un mejor desempeño ambiental.
- Incentivar el crecimiento de la producción de bienes y servicios amigables con el ambiente.
- Promover el uso y desarrollo de procesos, técnicas y tecnologías limpias o sostenibles.

Así mismo, tanto en la presentación Web del Sello Ambiental Colombiano<sup>4</sup> como en la Cartilla Selección y normalización de categorías de producto para el Sello Ambiental Colombiano (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2006), se describen como beneficios económicos y ambientales esperados de su implementación:

Para el Sector Productivo:

- Permite mejorar su competitividad, su situación en el mercado y la imagen de su organización o marca.
- Orienta su estrategia comercial hacia nichos de mercado especializados y de alto crecimiento.
- Ayuda a alcanzar procesos más eficientes, menor uso de materiales y energía, y reducción de los residuos por disponer.
- Mejora la fidelidad del cliente y aumenta el conocimiento del buen servicio.
- Atrae inversionistas y fuentes de financiación de empresas.
- Mejora las relaciones con los entes reguladores.

---

<sup>4</sup> [http://www.minambiente.gov.co/animaciones/sello\\_ambiental\\_colombiano/](http://www.minambiente.gov.co/animaciones/sello_ambiental_colombiano/)

Para los Consumidores:

- Ofrece disponibilidad de información verificable, precisa y no engañosa; esto garantiza decisiones de compra acertadas desde el punto de vista ambiental.
- Satisfacción personal en términos de una contribución efectiva al mejoramiento ambiental.
- Mayor disponibilidad en el mercado de productos menos nocivos para el ambiente.
- Adquiere conocimientos sobre mejores comportamientos ambientales gracias a la información ambiental del bien o servicio.

Para el país y la sociedad en general:

- Logra un mejoramiento de la calidad ambiental para las generaciones actuales y futuras.
- Posiciona a Colombia como país proveedor de productos y servicios verdes.
- Consolida la estructura organizativa de los productores verdes.
- Promueve el desarrollo sostenible.
- Reduce los riesgos y la presión sobre el medio ambiente.

### **5.3.3 Balance de la implementación del Sello Ambiental Colombiano**

Como resultado del proceso de selección de categorías de productos de acuerdo a las solicitudes realizadas por las partes interesadas, así como el proceso de normalización de los criterios ambientales a través de los Comités de Normalización convocados por el ICONTEC o las Unidades Sectoriales de Normalización, en la actualidad existen 10 categorías de productos aprobadas y disponibles para su implementación.

**Tabla 1.** Categorías de Producto Normalizadas por el Sello Ambiental Colombiano

<b>NORMA</b>	<b>AÑO</b>	<b>PRODUCTO O SERVICIO</b>
NTC 5911	2012	Artesanías y otros productos del diseño, elaborados en fibras de enea y junco con tecnología artesanal.
NTC 5871	2011	Accesorios de suministro de fontanería.
NTC 5757	2010	Aparatos sanitarios de alta eficiencia.
NTC 5131	2002	Productos detergentes de limpieza.
NTC 5133	2006	Establecimientos de alojamiento y hospedaje.
NTC 5517	2007	Embalajes, empaques, cordeles, hilos, sogas y telas de fique.
NTC 5585	2008	Aceites lubricantes para motores de dos tiempos a gasolina.
NTC 5637	2008	Artesanías, manualidades, hilos, telas, y otros productos del diseño, elaborados en fibras de fique con tecnología artesanal.
NTC 5714	2009	Artesanías, sombreros y otros productos del diseño elaborados en fibras de cañaflecha con tecnología artesanal.
NTC 5720	2009	Tableros y celdas para alojar equipos eléctricos y electrónicos de baja y media tensión.

Fuente: MADS

Sin embargo, después de casi 8 años de funcionamiento del programa, sólo dos de las Normas mencionadas anteriormente, han sido aplicadas voluntariamente y posteriormente certificadas. La empresa Schneider Electric ha sido la única empresa en obtener el certificado Sello Ambiental Colombiano por el cumplimiento de la Norma NTC 5720 en la elaboración de tableros y celdas para alojar equipos eléctricos, y por otra parte, existen actualmente 92 entidades de alojamiento y hospedaje certificadas en la Norma NTC 5133 en todo el país (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2013).

Lo anterior surge de la necesidad del sector turístico de aumentar su competitividad al mejorar su desempeño ambiental, tanto para el mercado nacional como internacional.

#### **5.4 Aporte del Sello Ambiental Colombiano al turismo sostenible**

El Turismo, es ampliamente conocido como la “industria sin chimeneas” por su contribución al desarrollo económico, la generación de empleos y al bajo impacto ambiental comparado con los sectores primarios y secundarios de la economía. Según datos de la OMT, el turismo representa directamente el 5% del PIB mundial; es responsable de más de 230 millones de puestos de trabajo; a escala mundial es el cuarto sector en cuanto a volumen de exportaciones y en el 2012 se llegó a la cifra de mil millones de turistas viajando por el mundo.

No obstante, dado su constante y acelerado crecimiento, el turismo se ha convertido en un deteriorador del medio ambiente natural y social. No sólo ha transformado el aspecto físico de las zonas turísticas, sino que ha generado graves trastornos ecológicos: destrucción de ecosistemas, disminución de la cantidad y la calidad del agua, empobrecimiento y contaminación de los suelos, extinción de múltiples especies de fauna, severa afectación de la flora, depredación pesquera y contaminación del mar, así como desintegración de actividades económicas tradicionales, aculturación, migración, fenómenos de crecimiento poblacional y urbano desordenado, falta de servicios públicos entre otros (López & Palomino, 2013).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo sostenible como “un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, para facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente, del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen”

A menudo existe una confusión sobre el concepto de sostenibilidad cuando es aplicado al turismo. Algunos autores, y sobre todo algunas empresas turísticas, tienden a equiparar el concepto de turismo sostenible con el de ecoturismo, lo cual es incorrecto. El concepto de sostenibilidad y los principios que éste implica deben aplicarse a todas las formas de turismo, cualquiera que sea la motivación del viaje, el tipo de destino o la actividad que el turista realice en él (Meyer, 2002).

Uno de los componentes presentes en casi todas las formas de turismo (recreación, vacaciones, negocios etc.) es el hospedaje, por lo tanto es necesario contar con mecanismos que ayuden a mitigar su impacto ambiental en procura de la sostenibilidad del turismo.

#### **5.4.1 El sector hotelero y su impacto ambiental**

La actividad hotelera genera impactos ambientales en el desarrollo de sus principales operaciones como lo son: el alojamiento de huéspedes, servicios de alimentos y bebidas, mantenimiento de espacios abiertos y equipos, funciones administrativas y de oficina, transporte, entre otras. Los principales aspectos ambientales son:

- Consumo de agua: Los hoteles suelen tener un elevado consumo de agua en particular para actividades de aseo y limpieza de las instalaciones, lavandería y cocina, así como el consumo por parte de los huéspedes para su aseo e higiene personal.
- Consumo de energía: Se requiere un alto consumo energético para alimentar sistemas de iluminación, ventilación y/o calefacción, redes, electrodomésticos y equipos electrónicos.
- Vertimiento de aguas residuales: Provenientes de baños, cocinas y lavanderías generando residuos de productos químicos, detergentes, grasas y materia orgánica.
- Generación de residuos: Residuos sólidos reciclables y no reciclables producto del consumo de alimentos y bebidas, productos limpiadores, de aseo personal, envases, empaques y papelería, así como residuos peligrosos como pilas, baterías, luminarias y plaguicidas.
- Emisión de contaminantes: Causados por el uso de combustibles fósiles en vehículos y calderas, emisión de gases refrigerantes, aerosoles, solventes y pinturas.

Aunque el sector hotelero genera un impacto ambiental moderado, comparado con el de otros sectores productivos, se hace necesaria la implementación de mecanismos para su mitigación y prevención.

#### **5.4.2 Mecanismos de Gestión Ambiental para la actividad hotelera**

Aparte de la legislación ambiental vigente y los Sistemas de Gestión Ambiental (ISO 14001), existen algunas iniciativas del gobierno, asociaciones y gremios, que buscan mejorar el desempeño ambiental de los hoteles en busca del fortalecimiento del sector turístico.

Hacia el año 2004, la Alcaldía de Bogotá junto con el apoyo financiero y técnico del Programa Gestión Ambiental + Productividad (GA+P), CINCET, ACOPI y con la cofinanciación del BID, elaboró y publicó el documento: “Oportunidades de Producción más Limpia en el Sector Hotelero y Servicios de Restaurante, Guía para Empresarios”, la cual brinda lineamientos de Producción más Limpia aplicables a la operación de la actividad hotelera, buscando la minimización o prevención de la contaminación, el uso eficiente de los recursos naturales, la sustitución de materias primas de alta toxicidad entre otros.

Sin embargo, esta guía es netamente informativa, recopila buenas prácticas ambientales y acciones costo-efectivas que los hoteles pueden implementar para proteger el medio ambiente aumentando la competitividad del sector, pero carece de metodologías concretas que permitan a los hoteles tener un proceso sistemático, constante y permanente de gestión ambiental, y además de que la implementación es voluntaria, no existen mecanismos de verificación de su eficacia.

Por su parte el Centro Nacional de Producción más Limpia CNPML publicó a finales del 2010 el documento Herramientas de Gestión para el Turismo Sostenible con el propósito de orientar a los empresarios turísticos para que implementen prácticas de gestión sostenible a través de ideas y ejemplos para lograr un desempeño ambiental, social y económicamente responsable.

Aunque este tipo de lineamientos brindan un aporte valioso para el sector hotelero, principalmente para aquellos establecimientos pequeños que no cuentan con personal especializado en la gestión ambiental, no son suficientes para direccionar el sector hacia un esquema de turismo sostenible, hace falta contar con un mecanismo que valide la

implementación de las prácticas ambientales y permita verificar su eficacia, como lo puede lograr el Sello Ambiental Colombiano.

### **5.4.3 Sello Ambiental Colombiano para establecimientos de Alojamiento y hospedaje (NTC 5133)**

El sector hotelero se suma a la tendencia que busca la sostenibilidad ambiental en el desarrollo de su actividad. Desde el año 2006 los hoteles del país pueden obtener el Sello Ambiental Colombiano de manera voluntaria, una vez realizada la implementación de los criterios ambientales y validadas por un organismo de certificación autorizado.

Así, Colombia entra en el plano competitivo internacional del mercado sostenible. Esta medida, en el marco del Plan Estratégico de Mercados Verdes, surge no sólo como un compromiso con la sostenibilidad ambiental sino también como una respuesta al interés de los turistas por la compra de servicios responsables con el manejo de residuos y que no agredan el equilibrio del planeta, conjugados con las exigencias habituales de calidad. La idea es que los consumidores y turistas encuentren información verificable, precisa y no engañosa sobre los aspectos ambientales de lo que consumen y que los empresarios involucrados empleen procesos productivos sostenibles.

Los prestadores de servicios hoteleros encuentran en la implementación del Sello una estrategia comercial que brinda ventajas competitivas ya que los consumidores perciben un valor agregado que no encuentran en otras empresas que no cuentan con este instrumento de diferenciación ambiental<sup>5</sup>.

La norma NTC 5133 (primera actualización) fue revisada y actualizada en el 2006 por el Comité Técnico 208 Sostenibilidad para Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje, al tiempo que se emitió la Norma Técnica Sectorial “NTS 002 Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje Requisitos de Sostenibilidad”. Esto con el fin de unificar y alinear los requisitos ambientales para dichos establecimientos en ambas normas.

---

<sup>5</sup> <http://www.colombia.travel/es/congresos-incentivos/por-que-colombia/noticias/1030-hoteles-con-sello-verde-unidos-por-el-medio-ambiente>. Revisado el 6 de Octubre de 2013.

Esto quiere decir, que el cumplimiento de la NTS 002 y obtener el Certificado de Calidad Turística en el Nivel Alto, permite que el establecimiento reciba adicionalmente el Sello Ambiental Colombiano.

Los principales requisitos ambientales contenidos en estas normas, hacen referencia al establecimiento de un Sistema de Gestión Ambiental por parte de los establecimientos de alojamiento y hospedaje, que permita identificar, evaluar y priorizar las actividades que generan impactos negativos en el ambiente con el fin de establecer programas de gestión ambiental que promuevan beneficios y minimicen los impactos negativos relacionados con áreas naturales, protección de flora y fauna, gestión del agua, gestión de la energía, consumo de productos, manejo de residuos y el manejo de la contaminación atmosférica, auditiva y visual. (ICONTEC, 2006)

Una vez que el establecimiento de alojamiento y hospedaje ha implementado estos requisitos, solicita la certificación a un organismo de certificación autorizado, quien a través de un esquema de auditoría valida la conformidad con los requisitos y otorga el Sello Ambiental Colombiano.

## 6. Ruta metodológica

### 6.1 Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación es de tipo cualitativo de orden descriptivo y propositivo. *Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis* (Dankhe, 1986). Es así como se pretende describir de modo sistemático, analizar e interpretar la realidad del Programa Sello Ambiental Colombiano en los establecimientos de alojamiento y hospedaje, a través de la recolección y revisión de información primaria y secundaria, la aplicación de encuestas y entrevistas semiestructuradas, así como el análisis de contenido documental.

**Tabla 2.** Matriz de Evolución Metodológica

Objetivos específicos	Actividades	Metodología
Identificar criterios de adopción del Sello Ambiental Colombiano en establecimientos de alojamiento y hospedaje en Bogotá y los resultados de su aplicación, con el fin de orientar un mejor uso y aprovechamiento.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificación de actores involucrados en el Programa SAC</li> <li>2. Diseño y aplicación de entrevista a responsables de la implementación del SAC.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión de información secundaria</li> <li>• Entrevista semiestructurada.</li> </ul>
Identificar el nivel de reconocimiento del Sello Ambiental Colombiano y la incidencia que ejerce en el consumidor para seleccionar y hacer uso de establecimientos de alojamiento y hospedaje.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseño y aplicación de encuesta por muestreo</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta a usuarios de establecimientos de alojamiento y hospedaje en Bogotá</li> </ul>
Analizar los documentos que guían la implementación del Sello Ambiental Colombiano, aplicable a los establecimientos de alojamiento y hospedaje para identificar oportunidades de mejoramiento.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificación de los documentos asociados al Programa SAC.</li> <li>2. Lectura y análisis de la información contenida en los documentos, su interacción y nivel de cumplimiento.</li> <li>3. Elaboración de Matriz de análisis documental.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión de información secundaria</li> <li>• Matriz de análisis de documentos.</li> </ul>

Objetivos específicos	Actividades	Metodología
Diseñar, con criterios de sostenibilidad ambiental, las estrategias de mercadeo para la aplicación del Sello Ambiental Colombiano y favorecer su aprovechamiento por parte de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de Bogotá.	Recopilación y análisis de los resultados.  Diseño del plan de aprovechamiento del programa SAC.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan de Mercadeo Ecológico</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### 6.1.1 Descripción de la muestra

Con la emisión de la Norma NTC 5133 en el año 2006, se establecieron los criterios ambientales que deben cumplir los establecimientos de alojamiento y hospedaje para que su servicio obtenga el Sello Ambiental Colombiano. Seis años después y gracias al apoyo de entidades como COTELCO, el Centro Nacional de Producción más Limpia, el Instituto Distrital de Turismo entre otros, con su participación en convenios para apoyar la implementación del Ecosello, existen alrededor de 92 hoteles certificados con el Sello Ambiental Colombiano distribuidos principalmente en las regiones Andina y Caribe del país como se puede observar en la siguiente gráfica:

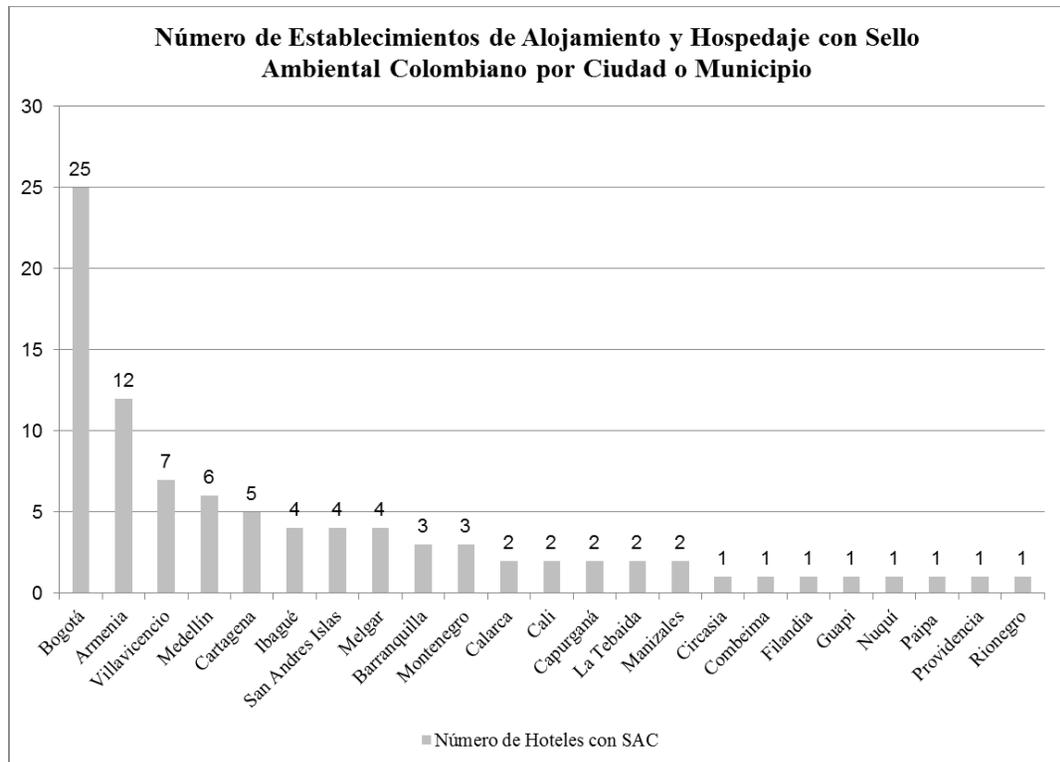
**Grafica 5.** Distribución geográfica de los establecimientos de alojamiento y hospedaje con Sello Ambiental Colombiano.



Fuente: Elaboración propia con base en datos del MADS

Así mismo, en la Gráfica 6, se puede observar el número de establecimientos certificados por cada ciudad o municipio. Con 25 Hoteles, la ciudad de Bogotá alberga el 27% de los establecimientos de alojamiento y hospedaje certificados con el Sello Ambiental Colombiano del país, siendo ésta la muestra objeto de estudio del presente trabajo de investigación.

**Gráfica 6.** Número de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje con Sello Ambiental Colombiano por Ciudad o Municipio



Fuente: Elaboración propia con base en datos del MADS

El listado completo de los bienes y servicios certificados con el Sello Ambiental Colombiano se encuentra publicado en la página web del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, y en el Anexo 1. se encuentra la relación de los Hoteles con dicha certificación en la ciudad de Bogotá.

## **6.2 Procedimientos técnicas e instrumentos**

### **6.2.1 Entrevista**

La entrevista es un método cualitativo de obtención de información a través de una conversación provocada por el entrevistador, realizada a sujetos seleccionados a partir de un plan de investigación con un esquema de preguntas flexibles y no estandarizado con el fin de conocer la perspectiva del sujeto estudiado, comprender sus categorías mentales, sus interpretaciones, sus percepciones y sentimientos, los motivos de sus actos. (Corbetta, 2007)

#### **6.2.1.1 Definición de entrevistados**

Con el fin de conocer las motivaciones que llevaron a la normalización de los criterios ambientales aplicables a los establecimientos de alojamiento y hospedaje, así como su implementación y certificación, se identificaron como actores claves los siguientes:

- **Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible:** Como entidad administradora y responsable del Programa Sello Ambiental Colombiano de acuerdo a los lineamientos del Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes.
- **Entidades de Alojamiento y Hospedaje:** Son los beneficiarios directos del Sello Ambiental Colombiano al implementar y certificarse en la norma NTC 5133.

#### **6.2.1.2 Diseño y aplicación de entrevistas**

Se decidió realizar un tipo de entrevista semiestructurada, la cual parte de un guión que contiene los temas principales que se quieren tratar a lo largo de la entrevista, pero permite que durante el transcurso de la misma se pueda abordar cada tema con la dirección y profundidad que resulte más favorable a la investigación.

Para cada uno de los actores claves identificados previamente se elaboró un protocolo de entrevista contenido en el Anexo 2, el cual incluye el consentimiento informado y el guión de las preguntas.

Se realizó entrevista presencial a las personas responsables del Sello Ambiental Colombiano de la cadena de Hoteles Estelar y de otra de las principales cadenas hoteleras del país, la cual prefirió que su nombre no sea publicado en la presente investigación, por tanto se identificará como la Cadena Hotelera A. La transcripción de las entrevistas realizadas está contenida en el Anexo 3.

### **6.2.2 Encuesta**

Dado que uno de los principales propósitos de la ecoetiqueta, es ser un medio de divulgación de información al consumidor acerca del desempeño ambiental del producto o servicio que la obtiene, se hace necesario identificar el nivel de reconocimiento del Sello Ambiental Colombiano por parte los consumidores a través de la realización de una Encuesta; Definida ésta como un modelo de obtener información preguntando a los individuos que son objeto de la investigación que forman parte de una muestra representativa, mediante un procedimiento estandarizado de cuestionario con el fin de estudiar las relaciones existentes entre las variables. (Corbetta, 2007)

#### **6.2.2.1 Definición de la muestra**

Para la presente investigación, se utilizó la técnica de Encuesta por muestreo no probabilístico, a través de un cuestionario compuesto de preguntas cerradas de respuesta fija y de respuesta múltiple para el cual se tomó como muestra a hombres y mujeres mayores de 20 años, de estratos socioeconómico medio y alto que hayan sido usuarios de servicios de alojamiento y hospedaje en la ciudad de Bogotá por lo menos una vez durante el último año.

El número de encuestas incluidas en el estudio, respondió a un muestreo por conveniencia, en el cual se seleccionaron los participantes por su disponibilidad de responder la encuesta.

Aunque no se pueda decir en confianza que los individuos son representativos de la población, la muestra provee información útil para responder preguntas e hipótesis (Creswell, 2001).

#### **6.2.2.2 Elaboración y aplicación de la encuesta**

Para el diseño del cuestionario se inició con preguntas relativas a propiedades sociodemográficas básicas del encuestado, que permitieran identificar posibles tendencias en el consumo asociadas a dichas variables.

A continuación se formularon preguntas relacionadas con las actitudes del consumidor, con el fin de conocer sus motivaciones, orientaciones y criterios de selección de establecimientos de alojamiento y hospedaje, así como el reconocimiento y percepción del Sello Ambiental Colombiano. Finalmente se concluyó con preguntas relativas a su comportamiento frente al Sello Ambiental Colombiano. El Cuestionario de la encuesta está contenido en el Anexo 4.

El 30% de las encuestas recolectadas se realizaron a través del diligenciamiento del cuestionario de manera personal en tres establecimientos de alojamiento y hospedaje que autorizaron su aplicación a personas hospedadas en dichos establecimientos. El 70% restante, fueron encuestas enviadas por correo electrónico a personas que estuvieron hospedadas por lo menos una vez en algún hotel de la ciudad de Bogotá durante el último año. La tabulación de los resultados de las encuestas se encuentra contenido en el Anexo 5.

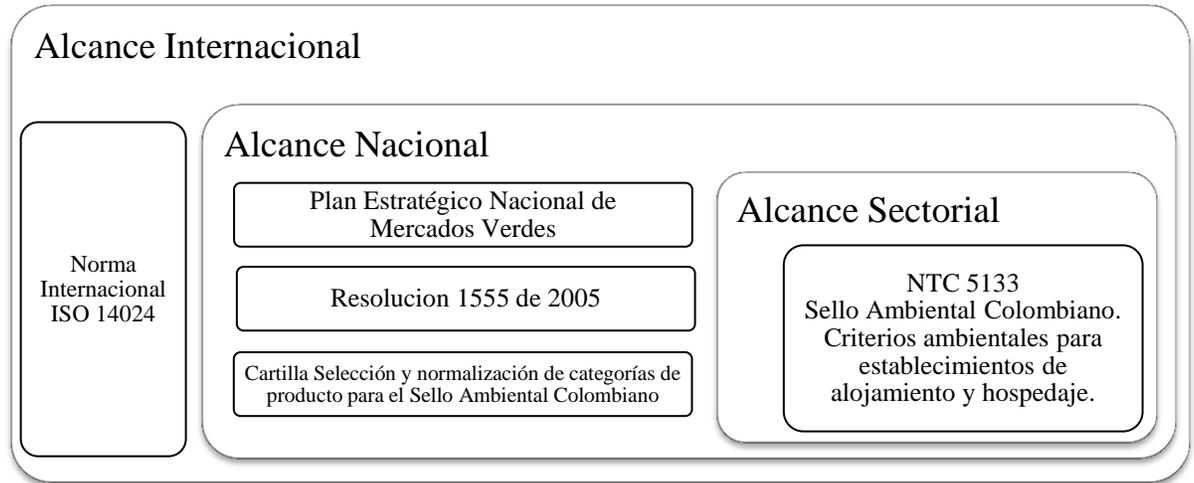
#### **6.2.3 Análisis documental**

##### **6.2.3.1 Selección de documentos asociados al programa Sello Ambiental Colombiano**

El programa Sello Ambiental Colombiano obedece a la articulación de distintos tipos de documentos que normalizan, reglamentan y guían su proceso de implementación. En la

Gráfica 7 se presentan los principales documentos de acuerdo a la naturaleza de su alcance y cuya relevancia e interacción se describen a continuación:

**Gráfica 7.** Documentos asociados al Programa Sello Ambiental Colombiano.



Fuente: Elaboración propia

#### *Alcance Internacional*

La Organización Internacional de Estandarización ISO, organismo de reconocimiento mundial en el desarrollo de normas y estándares internacionales, publicó en el año 1999 la Norma ISO 14024 la cual establece los lineamientos para el establecimiento de un programa de rotulado ambiental Tipo I. Esta norma es de carácter voluntario y tiene alcance internacional aunque para el caso colombiano, ésta fue editada por el ICONTEC y publicada como la Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 14024.

#### *Alcance Nacional*

En el año 2002, el Ministerio del Medio Ambiente formuló el Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes, el cual fue planteado para los siguientes 10 años y cuyo objetivo consistió en “consolidar la producción de bienes ambientalmente sostenibles e incrementar la oferta de servicios ecológicos competitivos en los mercados nacionales e internacionales contribuyendo al mejoramiento de la calidad ambiental y el bienestar social”; para lograrlo, se definieron cinco estrategias prioritarias siendo una de ellas “Sensibilizar a los consumidores y productores colombianos sobre estos nuevos mercados y sus ventajas”.

Dicha estrategia, contempló dos actividades centrales: la implementación del Programa Nacional de Ecoetiquetado y una campaña masiva de divulgación.

Es así como se concibe el Programa Sello Ambiental Colombiano, el cual se cimentó en los lineamientos de la Norma NTC-ISO 14024 y se reglamentó a través de la Resolución 1555 del 20 de Octubre del 2005 en conjunto por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Posteriormente en el 2006, como parte del proceso de implementación, se estructuró la cartilla “Selección y normalización de categorías de producto para el Sello Ambiental Colombiano”, publicación orientada a informar a todos los interesados sobre la estructura del esquema de otorgamiento, la metodología para seleccionar las categorías que serán normalizadas y los procesos de normalización de los respectivos criterios ambientales.

*Alcance Sectorial:*

Finalmente, siguiendo el procedimiento establecido para la normalización de categorías de productos o servicios, el ICONTEC emitió la Norma Técnica Colombiana “NTC 5133. Sello Ambiental Colombiano. Criterios para establecimientos de alojamiento y hospedaje” como una iniciativa para mejorar los niveles de competitividad y productividad del sector turismo en los mercados nacionales e internacionales.

### **6.2.3.2 Elaboración de matriz de análisis**

Con el fin de validar si el Programa Sello Ambiental Colombiano está alineado con todos los requisitos establecidos por la Norma NTC-ISO 14024, se realizó un análisis comparativo de documentos a través de una matriz en la cual se valida la presencia de cada uno de los requisitos de la norma, en los documentos que regulan el Sello Ambiental Colombiano.

La norma NTC-ISO 14024 está compuesta principalmente por unos Principios (Capítulo 5) y Procedimientos (Capítulos 6 y 7) para el establecimiento y operación de un programa de Ecoetiquetado, por lo tanto se consideran como las variables de análisis en esta matriz y corresponden a los numerales de la norma.

A través del cruce de información en la matriz, se pretende verificar que éstas variables se encuentren enunciadas y documentadas en la Resolución 1555 de 2005, la Cartilla Selección y Normalización de Categorías de Producto para el SAC y/o en la Norma Técnica Colombiana NTC 5133, de tal forma que se garantice su aplicación en el programa Sello Ambiental Colombiano y es de aclarar que la ausencia del requisito en alguno de los documentos no significa que no se cumpla.

Es así como en cada columna de la matriz, se registra el artículo, numeral, capítulo o enunciado del documento que hace referencia o se relaciona con la variable analizada y posteriormente se registran las observaciones del análisis, así mismo, los aspectos relevantes son demarcados para tener en cuenta en el análisis y consolidación de los resultados de la investigación.

**Tabla 3.** Matriz de análisis documental

<b>NTC-ISO 14024</b>	<b>Resolución 1555 de 2005</b>	<b>Cartilla SAC</b>	<b>NTC 5133</b>	<b>Observaciones del análisis</b>
3. Términos y definiciones	Artículo 1. Definiciones	-	2. Definiciones	Cada documento relaciona las definiciones de acuerdo al contenido y alcance de cada uno.
4. Objetivo del eco-rotulado ambiental Tipo I	Artículo 2. Objetivo	Capítulo 2. Introducción al SAC	1. Objeto	Requisito comprendido en los documentos.
5. Principios: 5.1 Naturaleza voluntaria del programa	Artículo 3. Naturaleza	Capítulo 2. Introducción al SAC	0.1 Generalidades	Requisito comprendido en los documentos.
5.2 Relación con la norma ISO 14020	Artículo 5. Conformidad con normas técnicas	Capítulo 2. Introducción al SAC	0.1 Generalidades	Requisito comprendido en los documentos.
5.3 Relación con la legislación	Artículo 6. Cumplimiento de la legislación	Capítulo 6. Información adicional sobre el SAC	3.2.1 Requisitos legales Anexo D. Reglamentación ambiental	Requisito comprendido en los documentos.
5.4 Consideración del ciclo de vida	Artículo 14. Especificaciones de los criterios ambientales	Capítulo 4. Operación del SAC – Normalización de criterios ambientales	0.1 Generalidades	En la norma NTC 5133 se especifica que no se empleó un análisis de ciclo de vida, sino un enfoque a criterios ambientales múltiples.
5.5 Selectividad	Artículo 14. Especificaciones de los criterios ambientales	-	3.3 Requisitos específicos	Requisito comprendido en los documentos.

<b>NTC-ISO 14024</b>	<b>Resolución 1555 de 2005</b>	<b>Cartilla SAC</b>	<b>NTC 5133</b>	<b>Observaciones del análisis</b>
5.6 Criterios ambientales del producto: 5.6.1 Consideraciones del ciclo de vida	Artículo 14. Especificaciones de los criterios ambientales	Capítulo 4. Operación del SAC – Normalización de criterios ambientales	3.2.2.2 Programas de gestión ambiental	Se establecen programas basados en el impacto de las actividades, productos y servicios, mas no con enfoque de ciclo de vida.
5.6.2 Base de los criterios	Artículo 15. Requisitos	-	-	La norma NTC 5133 no especifica los niveles alcanzables.
5.7 Características de la función del producto	-	-	-	No hay evidencia de la identificación de las características de la función del producto
5.8 Validez de los requisitos del programa 5.8.1 Período de validez	Artículo 16. Período de validez	Capítulo 4. Operación del SAC – Normalización de criterios ambientales	4. Período de validez	Requisito comprendido en los documentos.
5.8.2 Período de revisión	Artículo 16. Período de validez	Capítulo 4. Operación del SAC – Normalización de criterios ambientales	4. Período de validez	Requisito comprendido en los documentos. La NTC 5133 se encuentra en proceso de actualización
5.9 Consulta	Artículo 13. Solicitud de expedición o revisión de criterios ambientales y estudio prenormativo	Capítulo 4. Operación del SAC – Normalización de criterios ambientales	-	Requisito comprendido en los documentos.
5.10 Conformidad y verificación	Artículo 9. Conformidad con el Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología	Capítulo 4. Operación del SAC – Normalización de criterios ambientales	-	Requisito comprendido en los documentos.
5.11 Transparencia	Artículo 7. Transparencia, participación y documentación	-	-	Requisito comprendido en los documentos.
5.12 Aspectos del comercio internacional	-	-	-	No se tienen en cuenta aspectos de comercio internacional, las posibles barreras o mecanismos de facilitación.
5.13 Accesibilidad	Artículo 4. Ámbito de aplicación	Capítulo 4. Operación del SAC – Aplicación voluntaria y certificación	-	Requisito comprendido en los documentos.
5.14 Base científica de los criterios ambientales del producto	Artículo 14. Especificaciones de los criterios ambientales	Capítulo 4. Operación del SAC – Aplicación voluntaria y certificación	-	Requisito comprendido en los documentos.
5.15 Prevención de conflictos de intereses	Artículo 17. Política y administración	-	-	El programa de ecoetiquetado es administrado por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible
5.16 Costos y tarifas	Artículo 29. Costo	-	-	Requisito comprendido en los documentos.

<b>NTC-ISO 14024</b>	<b>Resolución 1555 de 2005</b>	<b>Cartilla SAC</b>	<b>NTC 5133</b>	<b>Observaciones del análisis</b>
5.17 Confidencialidad	Artículo 9. Conformidad con el Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología	-	-	
5.18 Reconocimiento mutuo	Artículo 33. Reconocimiento mutuo	-	3.1 Generalidades	Equivalencia de los requisitos con los de la NTS TS-002 para el nivel alto de sostenibilidad.
6. Procedimientos 6.1 Generalidades	Artículos 10 al 16. Categorías de producto y criterios ambientales del SAC Artículos 17 al 19. Política y administración del SAC	Capítulo 2. Introducción al SAC	-	Requisito comprendido en los documentos.
6.2 Consulta con las partes interesadas	Artículo 13. Solicitud de expedición o revisión de criterios ambientales y estudio prenormativo	Capítulo 4. Operación del SAC	-	
6.3 Selección de las categorías de producto 6.3.1 Realizar un estudio de factibilidad	Artículo 11. Consideraciones para la definición de categorías de producto Artículo 13. Solicitud de expedición o revisión de criterios ambientales y estudio prenormativo	Capítulo 5. Factibilidad aplicada a la selección de categorías de producto Anexo A. Formato para solicitud de categorías de producto Anexo B. Estudio de prefactibilidad adelantado por el comité interno del sello Anexo C. Estudio de factibilidad adelantado por el comité de normalización	-	Requisito comprendido en los documentos.
6.3.2 Propuesta para la categoría del producto	-	-	-	No se evidencia una propuesta de categoría de productos por parte del MADS, las categorías normalizadas han sido propuestas por las partes interesadas.
6.4 Selección y desarrollo de los criterios ambientales del producto 6.4.1 Selección de los criterios ambientales del producto	Artículo 10. Criterios ambientales por categoría de producto Artículo 12. Elaboración y expedición de los criterios y comités de normalización	Capítulo 4. Operación del SAC – Normalización de criterios ambientales	-	Requisito comprendido en los documentos.
6.4.2 Desarrollo de los criterios ambientales del producto 6.4.2.1 Generalidades	Artículo 15. Requisitos	Capítulo 4. Operación del SAC – Normalización de criterios ambientales	3.2.2 Sistema de gestión ambiental	Requisito comprendido en los documentos.

<b>NTC-ISO 14024</b>	<b>Resolución 1555 de 2005</b>	<b>Cartilla SAC</b>	<b>NTC 5133</b>	<b>Observaciones del análisis</b>
6.4.2.2 Identificación de las áreas de mayor pertinencia para la reducción del impacto ambiental	Artículo 14. Especificaciones de los criterios ambientales	Capítulo 4. Operación del SAC – Normalización de criterios ambientales	3.2.2.2 Programas de gestión ambiental	Requisito comprendido en los documentos.
6.4.2.3 Uso de índices cualitativos y cuantitativos	-	Capítulo 4. Operación del SAC – Normalización de criterios ambientales	3.2.2.3 Monitoreo y seguimiento	Requisito comprendido en los documentos.
6.4.2.4 Determinación de los valores numéricos para cada criterio pertinente.	-	-	Anexo A. Índices del uso eficiente del agua en los hoteles Anexo B. Factores de conversión para energía e índices de consumo de agua	Los índices sobre uso de agua y energía relacionados en la NTC 5133 son netamente informativos
6.4.2.5 Determinación de los métodos de ensayo, procedimientos y disponibilidad de los laboratorios de ensayo	-	Capítulo 4. Operación del SAC – Normalización de criterios ambientales	-	Requisito comprendido en los documentos.
6.5 Selección de las características funcionales del producto	-	-	-	No hay evidencia de la identificación de las características de la función del producto
6.6 Informe y publicación	-	Capítulo 4. Operación del SAC – Normalización de criterios ambientales	-	Requisito comprendido en los documentos.
6.7 Implementación de las modificaciones a los criterios ambientales	-	Capítulo 4. Operación del SAC – Normalización de criterios ambientales	-	Requisito comprendido en los documentos.
7. Certificación y conformidad 7.1 Generalidades 7.2 Conceptos básicos 7.2.1 Generalidades 7.2.2 Reglamentos generales	Artículo 17. Política y administración Artículo 19. Actividades de administración	Capítulo 4. Operación del SAC – Aplicación voluntaria y certificación	-	Requisito comprendido en los documentos.
7.2.3 Criterios ambientales, y características funcionales del producto para cada categoría de producto	Artículo 14. Especificaciones de los criterios ambientales	-	-	No hay evidencia de la identificación de las características de la función del producto.

NTC-ISO 14024	Resolución 1555 de 2005	Cartilla SAC	NTC 5133	Observaciones del análisis
7.3 Otorgamiento de licencias	Artículo 9. Conformidad con el Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología Artículos 20 al 27. Otorgamiento y condiciones de uso del SAC Artículo 30. Deber de informar el otorgamiento del derecho de uso.	Capítulo 4. Operación del SAC – Aplicación voluntaria y certificación	-	Requisito comprendido en los documentos.
7.4 Procedimientos para evaluar y demostrar la conformidad 7.4.1 Principio básico	Artículo 9. Conformidad con el Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología	Capítulo 4. Operación del SAC – Aplicación voluntaria y certificación	-	Requisito comprendido en los documentos.
7.4.2 Supervisión y control	Artículo 19. Actividades de administración	Capítulo 4. Operación del SAC – Aplicación voluntaria y certificación	-	Requisito comprendido en los documentos.
7.4.3 Documentación de soporte	Artículo 19. Actividades de administración	-	-	Requisito comprendido en los documentos.
7.4.4 Declaraciones de conformidad	N.A	N.A	N.A	N.A
7.5 Seguimiento a la conformidad	Artículo 34. Seguimiento y control complementario	Capítulo 4. Operación del SAC – Aplicación voluntaria y certificación	-	Requisito comprendido en los documentos.
7.6 Protección del rótulo	Artículo 8. Propiedad Artículo 28. Manual gráfico del sello	-	-	Requisito comprendido en los documentos.

Fuente: Elaboración Propia

### 6.3 Análisis y resultados

Para el análisis e interpretación de los resultados obtenidos a través de los instrumentos metodológicos se realizó una categorización deductiva de la información en el que las características descriptivas se derivan de las variables contenidas en la hipótesis y son un reflejo directo de la teoría y del problema bajo estudio (Bonilla-Castro & Rodríguez, 2005, pág. 253).

A partir de las categorías deductivas, que corresponden a los aspectos de los cuales parte la investigación, se registraron los hallazgos obtenidos a través de los instrumentos metodológicos, para dar como resultado las categorías inductivas para el análisis de la información. Adicionalmente se presentaron unas categorías emergentes que no fueron identificadas desde el diseño de la investigación, y que surgieron a través de la profundización de algunos aspectos estudiados.

**Tabla 4.** Matriz de categorías de análisis de información

<b>Categorías Deductivas</b>	<b>Hallazgos</b>	<b>Categorías Inductivas</b>
<p>Crterios de adopción del SAC por parte de los hoteles</p>	<p>La Cadena Hotelera A implementa el SAC para cumplir requisitos ambientales exigidos por clientes empresariales.</p> <p>La cadena de Hoteles Estelar implementa el SAC por su compromiso con el medio ambiente.</p> <p>EL MADS indica que se llegaron a tener 140 hoteles certificados y en este momento hay 93 ya que a veces los hoteles no renuevan su certificación porque les significan costos.</p> <p>El programa SAC describe como beneficios esperados desde la perspectiva industrial “Aumentar el conocimiento de su producto y mejorar su competitividad, su situación en el mercado y la imagen de su organización o marca”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexibilidad de la norma NTC 5133.</li> <li>• Permanencia del sector hotelero en el programa SAC.</li> </ul>
<p>Preferencias de los usuarios de servicios de hospedaje</p>	<p>Los usuarios son en su mayoría empleados entre 31 a 40 años, de estrato socioeconómico IV o Medio y con nivel académico de Postgrado.</p> <p>La frecuencia de hospedaje es de 1 a 2 veces, principalmente por Trabajo y/o Negocios.</p> <p>Lo más importantes al seleccionar un hotel es la ubicación geográfica, seguida del precio y la calidad del servicio.</p> <p>El 90% de los huéspedes de la Cadena de Hoteles A son de tipo empresarial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil del usuario de servicios de hospedaje.</li> </ul>
<p>Postura del usuario frente al desempeño ambiental del establecimiento de hospedaje</p>	<p>El 74% de los usuarios encuestados está totalmente de acuerdo con que los hoteles tengan un buen desempeño ambiental, y que lo comuniquen a los usuarios (61%).</p> <p>El 50% de los usuarios encuestados manifiesta estar totalmente de acuerdo con que tener información clara y veraz sobre el desempeño ambiental del hotel influye para que los usuarios lo prefieran.</p> <p>Aunque la cadena de Hoteles Estelar ha tenido buenos comentarios respecto a las prácticas ambientales, se considera que el huésped extranjero valora más que el colombiano el hecho de que el hotel tenga buen desempeño ambiental.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importancia de los criterios ambientales para los usuarios de servicios de hospedaje.</li> <li>• Criterios ambientales vs. percepción de confort.</li> </ul>

Categorías Deductivas	Hallazgos	Categorías Inductivas
Reconocimiento del SAC por parte del consumidor	<p>Aunque el 43% de los usuarios encuestados dice saber qué es una ecoetiqueta, solo el 20% manifiesta reconocer el SAC y el 11% lo ha identificado algún hotel.</p> <p>Se ha obtenido información del SAC principalmente a través de páginas web institucionales (45%), Internet (25%) y material publicitario de los hoteles (20%).</p> <p>Para la Cadena de Hoteles A, algunos clientes empresariales les exigen certificaciones ambientales como el SAC, sin embargo los huéspedes por si solos no lo reconocen.</p> <p>En el desarrollo de la labor de administración del Sello, le corresponde al MADS “Difundir el Sello a través de los medios de comunicación a su alcance, campañas de sensibilización y educación, entre otros”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidad de reconocimiento por parte del consumidor.</li> <li>• Papel del MADS en la difusión del SAC.</li> </ul>
Incidencia del SAC en la selección de servicios de hospedaje	<p>Un usuario (6%) manifestó haber tomado la decisión de hospedarse en un hotel por el SAC.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importancia de los criterios ambientales para los usuarios de servicios de hospedaje</li> </ul>
Proceso de implementación de la NTC 5133 y obtención del SAC	<p>La implementación varía entre 6 a 8 meses de acuerdo al tamaño del hotel.</p> <p>Se requiere hacer inversión principalmente en adecuaciones físicas y campañas de sensibilización.</p> <p>Se perciben como beneficios de tener el SAC la concientización del personal en temas ambientales así como el ahorro significativo de agua y energía.</p> <p>Además del valor de las auditorias de certificación, se generan costos por adecuaciones físicas y gastos de nómina del personal encargado.</p> <p>De acuerdo a la Resolución 1555 de 2005, la inversión para acceder al SAC tendrá como único valor el precio cobrado por el Organismo de Certificación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultados de la implementación del SAC.</li> </ul>
Suficiencia de la documentación asociada al SAC	<p>La estructura del programa Sello Ambiental Colombiano da respuesta a los lineamientos de la norma NTC ISO 14024.</p> <p>Se evidenciaron vacíos de la documentación en la identificación de las características de la función del producto.</p> <p>En la norma NTC 5133 se especifica que no se empleó un análisis de ciclo de vida, sino un enfoque a criterios ambientales múltiples.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexibilidad de la norma NTC 5133.</li> </ul>

<b>Categorías Deductivas</b>	<b>Hallazgos</b>	<b>Categorías Inductivas</b>
Utilización del SAC como estrategia de mercadeo	El 31% de los usuarios encuestados considera que el SAC no está contribuyendo en nada a la divulgación del desempeño ambiental de los hoteles. El 11% de los usuarios encuestados han identificado el SAC en el hotel donde se hospedaron. La Cadena Hotelera A utiliza el sello en la papelería, página web y mantiene el certificado a la vista de los usuarios. La cadena de Hoteles Estelar hace eventualmente publicaciones en revistas especializadas pero no publica el sello al interior del hotel.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desaprovechamiento del SAC como herramienta de mercadeo.</li> </ul>
Acuerdos de reconocimiento mutuo con otros esquemas nacionales o internacionales	El MINCIT tiene el sello de sostenibilidad turística y el cumplimiento en nivel alto de la NTS 002 otorga el SAC. A nivel internacional no hay convenios con otros programas de ecoetiquetado, aunque el MADS manifiesta que se ha hecho gestión con algunos esquemas pero no se ha conseguido.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Homologación del SAC con el certificado de Sostenibilidad Turística.</li> </ul>
Aspectos por mejorar al programa SAC	Las cadenas hoteleras identifican como dificultades la falta de reconocimiento internacional y de difusión del SAC por parte del MADS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Papel del MADS en la difusión del SAC.</li> </ul>
<b>Categorías Emergentes</b>	<b>Hallazgos</b>	<b>Categorías Inductivas</b>
Aspectos exógenos al programa de ecoetiquetado que afectan su implementación	El MADS indica que en este momento hay una coyuntura con el SAC por que el MINCIT promulgó una ley que en la que para entregar el registro de turismo, todas las entidades deben estar certificadas con normas de sostenibilidad, aun no se sabe qué acciones se van a tomar al respecto. Según el Artículo 5 de la Ley 1558 de 2012, las normas técnicas relacionadas con las actividades del denominado turismo de aventura y con la sostenibilidad turística, serán de obligatorio cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Naturaleza Voluntaria del SAC.</li> </ul>
Alternativas al Sello Ambiental Colombiano	El 80% de los huéspedes son extranjeros y el SAC no tiene reconocimiento a nivel internacional así que por política corporativa de la Cadena Hotelera A, se está implementando el sello Green Key, de procedencia estadounidense y naturaleza exclusiva para hoteles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competencia del SAC con otros programas de ecoetiquetado</li> </ul>
Desviación de la función principal del programa de ecoetiquetado	Para las cadenas hoteleras entrevistadas, el SAC funciona más como un sistema de gestión ambiental que como un sistema de ecoetiquetado ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flexibilidad de la norma NTC 5133.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Como resultado del análisis de la información recolectada, se obtuvieron las siguientes categorías inductivas, las cuales brindan una base para el establecimiento de la propuesta que guíe el aprovechamiento del Sello Ambiental Colombiano en los establecimientos de alojamiento y hospedaje.

*Perfil del Usuario de servicios de hospedaje.* Éste determina en gran medida su nivel de incidencia en las decisiones de compra. Según los establecimientos de alojamiento entrevistados, en Bogotá los huéspedes son en su mayoría de tipo empresarial, lo cual coincide con las personas encuestadas ya que el 83% son empleados y el 72% manifestó hospedarse en la ciudad por motivos de trabajo o negocios. Al tratarse de clientes de tipo empresarial, se entiende que quienes toman la decisión acerca de dónde alojarse son las empresas para las que trabajan y el principal aspecto que tienen en cuenta para escoger los establecimientos de alojamiento y hospedaje es su ubicación geográfica.

*Importancia de los criterios ambientales para los usuarios de servicios de hospedaje.* Las empresas que realizan contrataciones con establecimientos de alojamiento y hospedaje suelen exigirles el cumplimiento de requisitos ambientales, lo que motiva a los hoteles a implementar sistemas de gestión ambiental, así mismo, el 74% de los huéspedes encuestados están totalmente de acuerdo con la importancia del desempeño ambiental de dichos establecimientos, aunque el 51% de los huéspedes manifiestan que preferirían hospedarse en un hotel con SAC, el 31% de ellos no estarían dispuestos a pagar un precio algo superior por este servicio.

*Necesidad de reconocimiento por parte del consumidor.* El 80% de los huéspedes no reconocen el Sello Ambiental Colombiano lo que impide que sea considerado como un criterio de decisión de compra, información que es confirmada por las cadenas hoteleras entrevistadas, quienes son conscientes de esta situación.

*Flexibilidad de la norma NTC 5133.* Los establecimientos de alojamiento y hospedaje implementan el Sello Ambiental Colombiano como un sistema de gestión ambiental, sin importar su función adicional de diferenciador de productos o servicios amigables con el medio ambiente. El proceso de implementación del Sello Ambiental Colombiano requiere poco menos de un año, de acuerdo al tipo de hotel y el tiempo de construido y así mismo dependen los costos de adecuación física de las instalaciones.

*Resultados de la implementación.* Los establecimientos de alojamiento y hospedaje entrevistados manifiestan que se han beneficiado de la concientización del personal en

temas ambientales así como el ahorro significativo de agua y energía lo que ha llevado a recuperar la inversión realizada en adecuaciones físicas en un corto tiempo.

*Desaprovechamiento del SAC como herramienta de mercadeo.* Aunque en algunos hoteles publican el sello en su papelería y portales web, éste no es considerado como una herramienta de promoción y diferenciación del servicio. Así mismo, de los huéspedes que reconocen el Sello Ambiental Colombiano, el 81% considera que éste no contribuye a la divulgación de información sobre el desempeño ambiental de los hoteles.

*Criterios ambientales vs. percepción de confort.* Aunque el tipo de huésped extranjero valora más que el colombiano el desempeño ambiental del establecimiento y con el fin de mantener los estándares de lujo y confort que se exige a hoteles de esta categoría, se han tenido que ajustar sus prácticas ambientales eliminando los ahorradores de agua en las duchas o sustituyendo lámparas fluorescentes por aquellas que den mayor luminosidad y enciendan más rápido.

*Papel del MADS en la difusión del Sello Ambiental Colombiano.* Los esfuerzos del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible para difundir y socializar el Sello Ambiental Colombiano son insuficientes, el usuario no sabe de la existencia de esta herramienta de diferenciación de productos, situación que es confirmada por las cadenas hoteleras entrevistadas, las cuales identificaron la difusión y comunicación del SAC como la principal mejora a implementar al programa de ecoetiquetado.

*Permanencia del sector hotelero en el programa Sello Ambiental Colombiano.* El número de hoteles certificados está disminuyendo; el Ministerio de Ambiente declaró que se llegaron a tener 140 hoteles certificados, sin embargo, en la actualidad hay sólo 93, algunos hoteles que tenían Sello Ambiental Colombiano han dejado de renovar su certificación ya sea por falta de recursos, o para migrar a otros esquemas de eco etiquetado que les representen mayor reconocimiento y competitividad como es el caso de una de las cadenas hoteleras entrevistadas.

*Homologación del SAC con el certificado de Sostenibilidad Turística.* A partir del año 2006, el Sello Ambiental Colombiano se otorga también cuando un establecimiento de

alojamiento y hospedaje se certifica en la norma técnica sectorial NTS 002 Sostenibilidad Turística obteniendo una calificación en “nivel alto”, de esta forma dicho establecimiento obtiene ambos certificados.

*Naturaleza voluntaria del Sello Ambiental Colombiano.* Todos los documentos hacen referencia a la naturaleza voluntaria del programa, sin embargo según el Artículo 5 de la Ley 1558 de 2012, las normas técnicas relacionadas con las actividades del denominado turismo de aventura y con la sostenibilidad turística, serán de obligatorio cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos, de acuerdo con la reglamentación que expida el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Esto iría en contravía con la naturaleza voluntaria del SAC.

*Competencia del Sello Ambiental Colombiano con otros programas de ecoetiquetado.* Debido al bajo reconocimiento del SAC por parte del consumidor nacional e internacional, éste programa se expone a ser fácilmente reemplazado por esquemas de ecoetiquetado internacionales de mayor reconocimiento y aceptación como el Green Key o el Rainforest Alliance.

## **7. Propuesta de aprovechamiento, desde el esquema de mercadeo ecológico, del programa "Sello Ambiental Colombiano", en establecimientos de alojamiento y hospedaje en Bogotá**

El ecoetiquetado es un procedimiento voluntario en que el cualquier producto o servicio, con previo cumplimiento de unos requisitos ambientales establecidos, solicita a un organismo de tercera parte que certifique que su impacto ambiental es menor comparado con otros bienes o servicios de su categoría, y de esta forma, obtener el derecho a usar y publicar la ecoetiqueta.

El programa Sello Ambiental Colombiano, como esquema de ecoetiquetado tipo I, cumple un doble propósito, por un lado, el de ofrecer información al consumidor para diferenciar los bienes y servicios con mejor desempeño ambiental, y así, promover un cambio en las preferencias de compra, y por otro lado, servir de herramienta de marketing que permita facilitar el acceso al mercado y mejorar la imagen de los productos o servicios que lo obtienen.

A través del presente estudio, se pudo establecer la situación actual del Sello Ambiental Colombiano, identificando las opiniones de los actores involucrados, la percepción del consumidor frente a la ecoetiqueta, los aciertos y vacíos en el diseño y estandarización de los documentos que guían su implementación y la suficiencia de los requisitos ambientales establecidos.

Es así como se proponen estrategias basadas en las variables del marketing mix, que con un enfoque ecológico permita a las partes interesadas, sacar mayor provecho del programa Sello Ambiental Colombiano y sus beneficios.

### **7.1 Propuesta de mercadeo ecológico para el aprovechamiento del Sello Ambiental Colombiano**

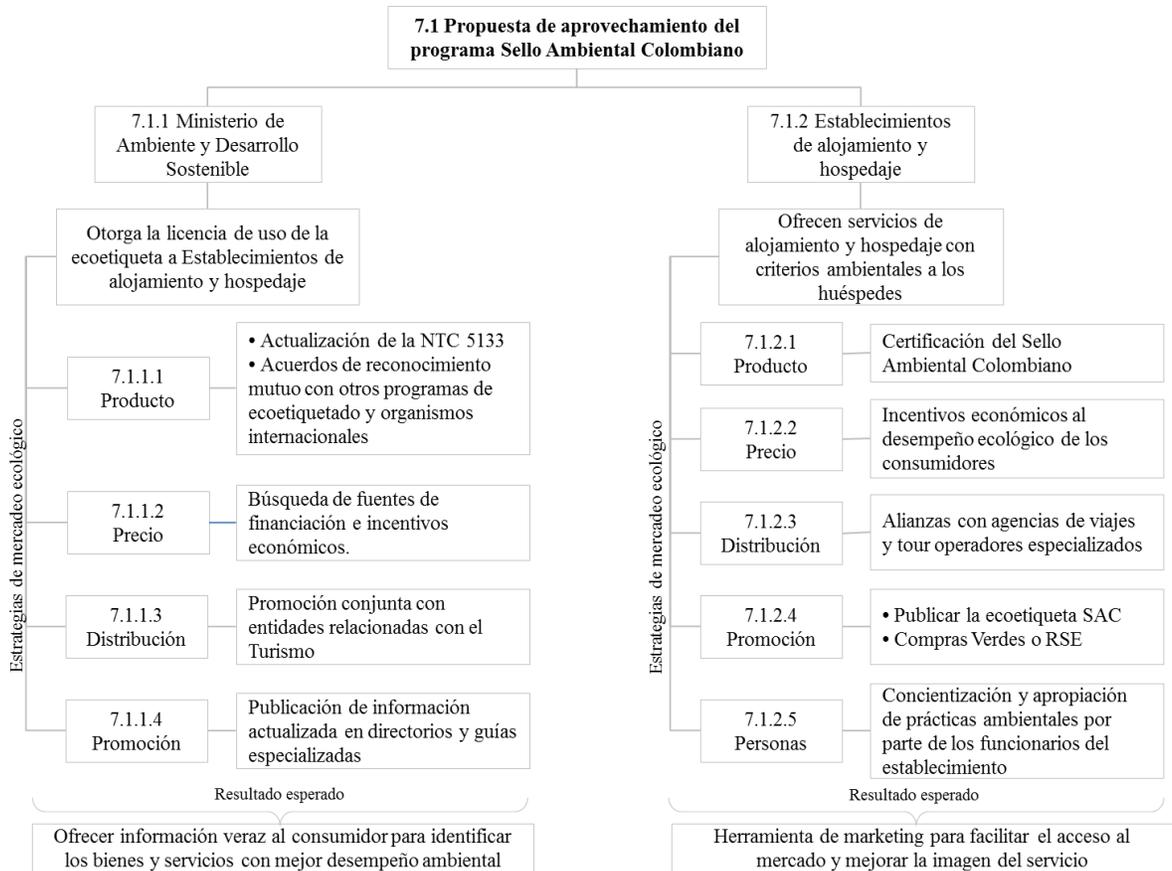
Para conseguir un aprovechamiento integral del programa Sello Ambiental Colombiano en los establecimientos de alojamiento y hospedaje, es preciso establecer estrategias y pautas de intervención desde dos perspectivas: la del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, como entidad administradora de la ecoetiqueta, y la de los establecimientos de

alojamiento y hospedaje, quienes voluntariamente deciden obtener la certificación del Sello Ambiental Colombiano.

Aunque el programa de ecoetiquetado involucra a ambos actores, el desarrollo de las variables del marketing es distinto para cada uno. Mientras que el Ministerio de Ambiente ofrece la licencia de uso de la ecoetiqueta y sus clientes son los hoteles, éstos ofrecen un servicio de alojamiento y hospedaje con criterios ambientales y sus clientes son los huéspedes o usuarios. Por tanto, se proponen estrategias diferenciadas para las variables del marketing mix desde el enfoque ecológico, de acuerdo a las características y condiciones de cada involucrado.

A continuación se proponen acciones para el aprovechamiento del programa Sello Ambiental Colombiano, clasificadas según las variables del marketing que requieren intervención, ajustes o fortalecimiento y que se resumen en la Gráfica 8.

**Gráfica 8.** Estrategias para el aprovechamiento del Sello Ambiental Colombiano

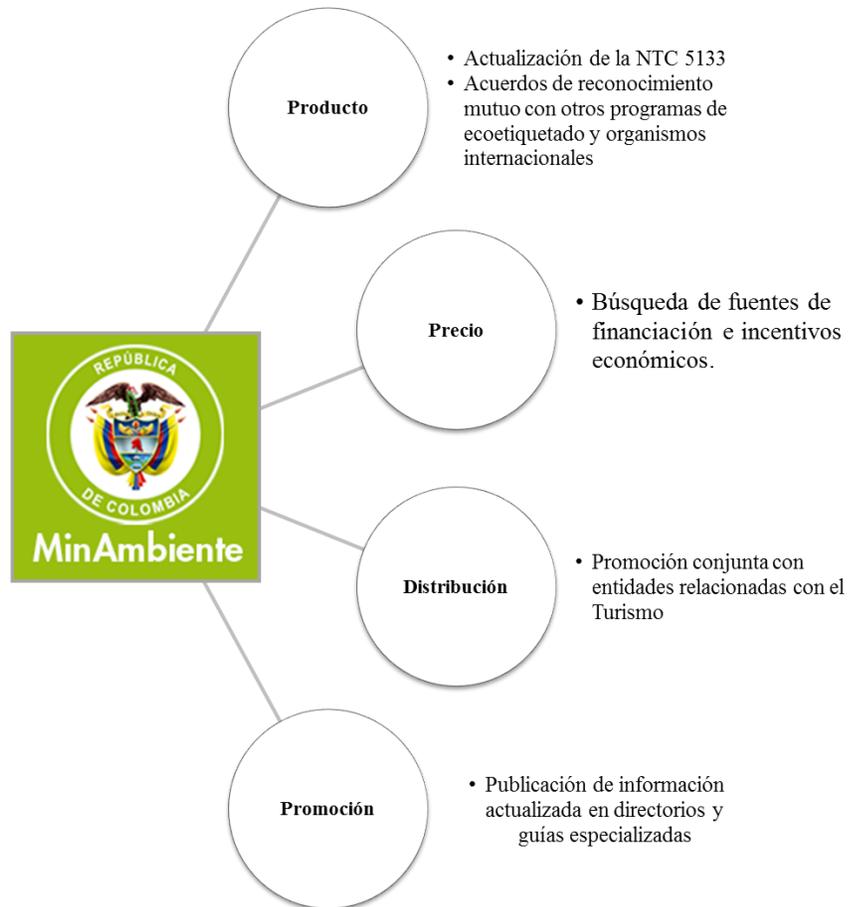


### 7.1.1 Estrategias de mercadeo ecológico enfocadas al Sello Ambiental Colombiano

Como se puede observar en la estructura del Sello Ambiental Colombiano, descrita en la Gráfica 4, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible cumple la función de administradora del programa, y por tanto, sus estrategias deben ir enfocadas a la obtención del sello por parte de las entidades de alojamiento y hospedaje (clientes del programa SAC) y el reconocimiento de la ecoetiqueta por parte de los consumidores.

Con base en esto, se proponen las siguientes acciones que el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible debe considerar implementar, con el fin de fortalecer el programa y alcanzar los objetivos plasmados en las políticas nacionales.

**Gráfica 9.** Estrategias de mercadeo ecológico enfocadas al programa de ecoetiquetado



Fuente: Elaboración propia

### **7.1.1.1 Estrategias de Producto**

Para el programa de ecoetiquetado, el producto es entendido como el distintivo “Sello Ambiental Colombiano” que se otorga a un establecimiento de alojamiento y hospedaje cuando demuestra el cumplimiento de los criterios ambientales establecidos en la norma NTC 5133.

De acuerdo con lo establecido en la norma NTC-ISO 14024, al desarrollar los criterios ambientales se deben seleccionar las características funcionales del producto, es decir, identificar las funciones de un establecimiento de alojamiento y hospedaje y cuáles deberían ser sus niveles de desempeño. En ese orden de ideas, se evidencia que actualmente la norma NTC 5133 no contempla actividades adicionales al alojamiento, que también hacen parte de la función de este tipo de establecimientos, tales como servicios de restaurante, salones de belleza y/o spa, transporte y uno de los más importantes, la realización de eventos, congresos y convenciones, por tanto se propone como primer lugar:

*Actualización de la norma NTC 5133.* Es preciso que el Sello Ambiental Colombiano incluya criterios ambientales para el desarrollo de reuniones y eventos corporativos, que garanticen que los establecimientos de alojamiento y hospedaje realicen una gestión ambiental integral y re-direccionada a un nicho de mercado mucho más amplio, al poder ofrecer un servicio ambientalmente amigable a las empresas, entidades o instituciones que requieran realizar un evento corporativo.

Es necesario que el Sello Ambiental Colombiano como programa de ecoetiquetado, busque alternativas para aumentar su reconocimiento a nivel internacional y que permitan la inserción de los productos o servicios certificados en los mercados verdes internacionales, en este sentido se propone en segundo lugar:

*Establecimiento de alianzas y convenios de reconocimiento mutuo.* Para que el Sello Ambiental Colombiano sea reconocido a nivel internacional, es imperativo que busque esquemas de reconocimiento u homologación con otros programas de ecoetiquetado internacional lo cual evite que los establecimientos de alojamiento y hospedaje migren

hacia otros programas de ecoetiquetado que ofrezcan mayor visibilidad en el mercado internacional.

Así mismo se debe buscar a mediano plazo, la integración a organizaciones como el Global Ecolabelling Network (GEN), la cual genera reconocimiento a nivel mundial de los programas de ecoetiquetado miembros. Por otra parte, específicamente para el sector turístico, el Global Sustainable Tourism Council (GSTC), órgano internacional que promueve un mayor conocimiento y comprensión de las prácticas de turismo sostenible conocidas como los Criterios Globales de Turismo Sostenible, se constituye en una alternativa importante especialmente para los establecimientos hoteleros y operadores turísticos.

#### **7.1.1.2 Estrategias de Precio**

Por tratarse de un programa administrado por el Estado, el derecho de obtener y portar el Sello Ambiental Colombiano es totalmente gratuito, el único costo en el que incurren los establecimientos de alojamiento y hospedaje para adquirirlo, es el cobrado por parte de los Organismos de Certificación por realizar las auditorias de otorgamiento y de seguimiento anual durante la vigencia del certificado. Sin embargo, para incrementar la accesibilidad al Sello Ambiental Colombiano y que la falta de recursos no sea una restricción para implementarlo, se propone lo siguiente:

*Fuentes de financiación e incentivos económicos.* Es necesario que el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible busque establecer convenios con entidades que financien proyectos de producción más limpia y sostenibilidad ambiental, o a través de cooperación internacional, de forma que estos recursos apalanquen las inversiones que deben realizar los establecimientos de alojamiento y hospedaje en su infraestructura física para dar cumplimiento a los requisitos ambientales.

### **7.1.1.3 Estrategias de Distribución**

La variable distribución hace referencia al mecanismo para relacionar el producto con el cliente en el lugar y momento preciso. Para este aspecto, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible junto con COTELCO desarrollaron una agenda de trabajo conjunto para fortalecer la gestión ambiental del sector hotelero con miras a la obtención del Sello Ambiental Colombiano, ahora bien, no todos los hoteles son afiliados a esta asociación, y por ende se propone:

*Promoción conjunta con entidades relacionadas con el sector turismo.* Para fortalecer la divulgación del Sello Ambiental Colombiano, se requiere implementar lo establecido en la Resolución 1555 de 2005 acerca de la coordinación con las Corporaciones Autónomas Regionales, la estrategia de fomento regional del Sello. De igual manera, se deben articular esfuerzos de promoción conjunta con otras entidades relacionadas con el sector, tales como el Viceministerio de Turismo, asociaciones gremiales, Proexport, entre otros.

### **7.1.1.4 Estrategias de Promoción**

Los productos que están certificados con el Sello Ambiental Colombiano se encuentran publicados en la página web del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en un archivo descargable en formato Excel con última actualización del mes de abril de 2013, allí se registran 93 empresas certificadas, de las cuales 92 son hoteles. Adicionalmente en el portal web [www.colombia.travel](http://www.colombia.travel) existe un directorio turístico de hoteles con sello verde como parte de la promoción del turismo internacional, en el cual sólo aparecen registrados 40 hoteles de todo el país. Para aumentar la exposición del Sello Ambiental Colombiano en el consumidor, se propone:

*Publicación de información actualizada en directorios y guías especializadas.* Es imprescindible que la información sea accesible, suficiente y esté actualizada. Los listados de productos o servicios certificados deberían actualizarse semestralmente de acuerdo a los informes suministrados por los organismos de certificación. Para un viajero que esté buscando un hotel para hospedarse en Bogotá, es poco probable que ingrese al portal del

MADS sea su primera opción, en consecuencia, es necesario publicar información actualizada de los establecimientos de alojamiento y hospedaje certificados en guías y directorios hoteleros así como en aquellos especializados en el medio ambiente tales como:

- Hoteles con sello verde – [www.colombia.travel](http://www.colombia.travel) (Proexport)
- Ecodirectorio empresarial – Secretaria Distrital de Ambiente de Bogotá
- Las Páginas Verdes Colombia – New Ventures México
- Directorio Ecolombiano – Soy Ecolombiano (MADS y WWF)

Así mismo, es importante incluir el programa Sello Ambiental Colombiano en directorios como el Ecolabel Index, el cual, de Colombia solo aparece relacionado el sello Flor Verde.

### **7.1.2 Estrategias de mercadeo ecológico enfocadas a establecimientos de alojamiento y hospedaje**

Un establecimiento de alojamiento y hospedaje certificado con Sello Ambiental Colombiano ofrece a sus clientes (empresas o huéspedes) un servicio de alojamiento con características ambientales especiales.

Sus estrategias deben ir enfocadas al reconocimiento por parte de sus clientes. También se debe velar porque el desempeño ambiental del establecimiento sea un criterio para que sus clientes los prefieran.

Según Booms y Bitner (1981), adicional a las variables del marketing mix clásico, las empresas de servicios poseen rasgos específicos que hacen necesaria la inclusión de tres variables adicionales: personas, procedimientos y el servicio al consumidor (Grande, 2005), sin embargo para el caso de los establecimientos de alojamiento solo se adicionará la variable personas.

**Gráfica 10.** Estrategias de mercadeo ecológico enfocadas a establecimientos de alojamiento y hospedaje



Fuente: Elaboración propia

### 7.1.2.1 Estrategias de Producto

En una estrategia de marketing ecológico, uno de los aspectos más importantes es que el producto o servicio ofrecido en efecto cumpla con requisitos ambientales como el uso sostenible de los recursos naturales, la minimización del uso de materias primas nocivas y materiales de empaque, reducción del gasto de energía y el uso de tecnologías limpias.

*Certificación Sello Ambiental Colombiano.* Los establecimientos de alojamiento y hospedaje que implementan los requisitos de la norma NTC 5133 y obtienen la certificación del Sello Ambiental Colombiano, deben establecer un sistema de gestión ambiental en el cual se identifican y priorizan los impactos ambientales generados por la

actividad hotelera para a través de programas de gestión ambiental, promover su mitigación. Lo anterior es suficiente para ofrecer el servicio como ambientalmente amigable.

#### **7.1.2.2 Estrategias de Precio**

Aunque los establecimientos de alojamiento y hospedaje que cuentan con Sello Ambiental Colombiano deben incurrir en costos adicionales, producto de la implementación de los criterios ambientales, esto genera ahorro en consumos de agua y/o energía, y por ende, la reducción de costos como los de servicios públicos y a mediano plazo la recuperación de la inversión. Si bien la internalización de los costos ambientales no afecta en gran medida el precio del servicio de alojamiento, es oportuno establecer acciones que involucren al usuario y éste perciba un cambio en el precio, de esta forma se propone:

*Incentivos económicos al desempeño ecológico de los consumidores.* Si se quiere incentivar el ahorro en los huéspedes, conviene establecer políticas de precios basados en el comportamiento del usuario, brindando incentivos económicos tales como descuentos porcentuales en la tarifa o bonos para productos o servicios del hotel, cuando se evidencien comportamientos ambientalmente favorables en el usuario tales como evitar el cambio de toallas o sábanas durante su estadía o permitir el apagado del aire acondicionado mientras no se encuentre en su habitación.

#### **7.1.2.3 Estrategias de Distribución**

Los establecimientos de alojamiento y hospedaje con Sello Ambiental Colombiano deben establecer mecanismos para que su servicio esté a disposición de aquellos usuarios que prefieren adquirir productos o servicios con buen desempeño ambiental, en consecuencia se propone:

*Alianzas con agencias de viajes y tour operadores.* Para garantizar que los consumidores que valoran y prefieren el buen desempeño ambiental tengan acceso a los hoteles certificados, deben considerar establecer alianzas con agencias de viajes y tour operadores

nacionales e internacionales especializados en ecoturismo y/o turismo de naturaleza, para que dichos establecimientos sean ofrecidos y estén incluidos en paquetes turísticos.

#### **7.1.2.4 Estrategias de Promoción**

Una de las mayores deficiencias del programa Sello Ambiental Colombiano, es el bajo reconocimiento por parte del consumidor, si éste no reconoce la ecoetiqueta, no la incorporará en sus decisiones de compra. El principal esfuerzo que debe hacer los establecimientos de alojamiento y hospedaje para aprovechar el Sello Ambiental Colombiano, corresponde a este apartado. Por ello, se propone:

*Publicar la certificación Sello Ambiental Colombiano.* Es necesario que los establecimientos de alojamiento y hospedaje certificados, publiquen la ecoetiqueta y la incluyan en sus campañas publicitarias con el fin de que el consumidor pueda establecer la relación entre el símbolo del Sello Ambiental Colombiano y el desempeño ambiental del establecimiento, de esta forma a largo plazo se contribuirá a fortalecer el nivel de reconocimiento del Sello Ambiental Colombiano en cualquier producto o servicio que lo porte.

*Compras Verdes y/o lineamientos de Responsabilidad Social Empresarial.* Por la naturaleza del tipo de clientes de los establecimientos de alojamiento y hospedaje en Bogotá, que en su mayoría son empresariales, se hace necesaria la promoción de este servicio a empresas, entidades o instituciones que en sus procesos de contratación exijan el cumplimiento de criterios ambientales, ya sea por cumplimiento de políticas de compras verdes, sistemas de gestión ambiental o por lineamientos de responsabilidad social empresarial.

#### **7.1.2.5 Estrategias de Personas**

En los hoteles, las instalaciones físicas son necesarias para suministrar alojamiento y hospedaje, sin embargo, son las personas las que brindan el “servicio” como tal. Es imprescindible que el personal de todos los niveles de la organización (operativos, administrativos, directivos), conozca, entienda y participe en el sistema de gestión

ambiental definido para dar cumplimiento al Sello Ambiental Colombiano. EN este sentido, se propone:

*Concientización y apropiación de las prácticas ambientales por el personal.* La adopción del Sello Ambiental Colombiano debe estar acompañada de un esquema de educación y sensibilización, que permitan implementar y mantener los estándares ambientales. Es conveniente establecer esquemas de participación activa de los trabajadores en la definición de las políticas y programas ambientales, así como de incentivos a nuevas y mejoras prácticas ambientales aplicables al establecimiento de alojamiento y hospedaje.

## 7.2 Actores involucrados en la propuesta de aprovechamiento del Sello Ambiental Colombiano

Aunque la propuesta de aprovechamiento fue dirigida y diferenciada para los dos principales actores: el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y los establecimientos de alojamiento y hospedaje, el programa Sello Ambiental Colombiano cuenta con un grupo de entidades y organismos involucrados, que con sus acciones y participación pueden apoyar la implementación de las acciones propuestas en el presente documento.

En la Tabla 5 se articulan las propuestas a las personas u organizaciones responsables de su implementación.

**Tabla 5.** Matriz de involucrados en la propuesta de aprovechamiento

Grupos de involucrados en el programa Sello Ambiental Colombiano							
Propuestas de aprovechamiento del programa Sello Ambiental Colombiano	Min. de Comercio Industria y Turismo	Min. de Ambiente y Desarrollo Sostenible	ICONTEC	Organismos de certificación	Establecimientos de alojamiento y hospedaje	Asociaciones o agremiaciones hoteleras	Huéspedes o clientes empresariales
Actualización de la norma NTC 5133		✓	✓		✓		
Establecimiento de alianzas y convenios de reconocimiento mutuo		✓					

**Grupos de involucrados en el programa Sello Ambiental Colombiano**

Propuestas de aprovechamiento del programa Sello Ambiental Colombiano	Min. de Comercio Industria y Turismo	Min. de Ambiente y Desarrollo Sostenible	ICONTEC	Organismos de certificación	Establecimientos de alojamiento y hospedaje	Asociaciones o agremiaciones hoteleras	Huéspedes o clientes empresariales
Fuentes de financiación e incentivos económicos		✓			✓	✓	
Promoción conjunta con entidades relacionadas con el sector turismo	✓	✓				✓	
Publicación de información actualizada en directorios y guías especializadas	✓	✓			✓	✓	
Certificación Sello Ambiental Colombiano				✓	✓		
Incentivos económicos al desempeño ecológico de los consumidores					✓		
Alianzas con agencias de viajes y tour operadores					✓	✓	
Publicar la certificación Sello Ambiental Colombiano					✓		
Compras Verdes y/o lineamientos de Responsabilidad Social Empresarial					✓		✓
Concientización y apropiación de las prácticas ambientales por el personal					✓		

## **8. Conclusiones y recomendaciones**

Uno de los principales hallazgos relacionados a las motivaciones de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la ciudad de Bogotá para implementar el Sello Ambiental Colombiano, es que lo perciben como una herramienta para la gestión ambiental, alternativa a la certificación ISO 14001, y cuyas ventajas radican en ser una norma específica para su tipo de servicio y de más fácil implementación.

Especialmente, los establecimientos de alojamiento y hospedaje implementan el Sello Ambiental Colombiano para cumplir con requisitos ambientales ya sea por iniciativa propia, por políticas de la cadena hotelera o por exigencia de sus clientes corporativos, más no como una estrategia de diferenciación del servicio basado en su desempeño ambiental.

La implementación del Sello Ambiental Colombiano ha generado como principal beneficio para los establecimientos de alojamiento y hospedaje, un ahorro significativo en los costos por la disminución del consumo de agua, energía e insumos y, en segundo lugar, la concientización ambiental de los trabajadores. Por otra parte, obtener el Sello Ambiental Colombiano no les ha generado beneficios en términos de reconocimiento y competitividad, evidenciando que el programa no ha alcanzado los objetivos establecidos.

La dinámica del sector hace que se generen escenarios poco propicios para implementar el Sello Ambiental Colombiano, se evidencia cómo la adquisición de hoteles por parte de grandes cadenas hoteleras internacionales, con lineamientos y políticas ambientales estandarizadas a nivel mundial, constituye una amenaza para el programa Sello Ambiental Colombiano por no ser considerado como un esquema estratégico y generador de valor agregado para la cadena hotelera.

Por su parte, el usuario colombiano de servicios de alojamiento y hospedaje, no está familiarizado con el Sello Ambiental Colombiano, su naturaleza ni los productos o servicios certificados.

Se percibe una mayor valoración del desempeño ambiental en un establecimiento de alojamiento y hospedaje en un huésped extranjero que en un huésped colombiano. Sin

embargo para los establecimientos de alojamiento y hospedaje, el Sello Ambiental Colombiano no tiene reconocimiento a nivel internacional.

Las estrategias propuestas para el aprovechamiento del Sello Ambiental Colombiano buscan fortalecer el programa de ecoetiquetado como estrategia de diferenciación de productos o servicios amigables con el ambiente, así como la preferencia por los consumidores.

Se recomienda que el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible diseñe campañas de difusión del Sello Ambiental Colombiano para aumentar el reconocimiento por parte de los consumidores.

De igual manera, se recomienda fomentar la masificación del Sello Ambiental Colombiano a través de la normalización de productos o servicios relacionados con las categorías que se encuentran normalizadas actualmente, lo cual permite la consolidación de cadenas de valor.

Se recomienda diferenciar el propósito del programa de ecoetiquetado Sello Ambiental Colombiano (NTC 5133) con el de Sostenibilidad Turística (NTS 002) para evitar la confusión que genera el reconocimiento mutuo de estos esquemas.

Debido al tamaño de la muestra para la realización de la encuesta en la presente investigación, se recomienda realizar un estudio de percepción del consumidor colombiano frente a los instrumentos de la gestión ambiental como el Sello Ambiental Colombiano.

## 9. Bibliografía

- Bonilla-Castro, E., & Rodríguez, P. (2005). *Más allá del dilema de los métodos: la investigación en ciencias sociales*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Calomarde, J. (2002). *Marketing Ecológico*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Chamorro, A. (2001). *Lecciones*. Obtenido de 5campus.com:  
<http://www.5campus.org/leccion/ecomarketing>
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y Técnicas de Investigación Social*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Fraj, E., & Martínez, E. (2002). *Comportamiento del consumidor ecológico*. Madrid: ESIC Editorial.
- Global Ecolabelling Network. (6 de Octubre de 2013). *Standars: Global Ecolabelling Network*. Obtenido de Global Ecolabelling Network:  
[http://www.globalecolabelling.net/categories\\_7\\_criteria/list\\_by\\_program/2500.htm](http://www.globalecolabelling.net/categories_7_criteria/list_by_program/2500.htm)
- Gómez, J., & Duque, E. (2004). *Ecosellos. Aplicación al marketing green y los negocios internacionales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Grande, I. (2005). *Marketing de los servicios*. Madrid: ESIC Editorial.
- ICONTEC. (2000). Rotulos y declaraciones ambientales. Rotulado ambiental tipo I. Principios y Procedimientos NTC-ISO 14024:2000. Bogotá, Colombia: ICONTEC.
- ISO. (2012). *Publications*. Obtenido de ISO: <http://www.iso.org/iso/environmental-labelling.pdf>
- López, G., & Palomino, B. (06 de Octubre de 2013). *Turismo y Medio Ambiente*. Obtenido de planeta.com: <http://www.planeta.com/planeta/98/0598ecoboom.html>
- Meyer, D. (2002). *Turismo y Desarrollo Sostenible*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (Junio de 2006). *Cartilla de Selección y normalización de categorías de producto para el Sello Ambiental Colombiano*. Obtenido de Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible:  
[http://www.minambiente.gov.co/documentos/301\\_cartilla.pdf](http://www.minambiente.gov.co/documentos/301_cartilla.pdf)
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2012). *Colombia, 20 años siguiendo la Agenda 21 [Recurso electrónico]*. Bogotá: Milenio Editores e Impresores. Obtenido de Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible:  
[http://www.minambiente.gov.co/documentos/DocumentosInstitucional/rio\\_20/040512\\_balance\\_agenda\\_21.pdf](http://www.minambiente.gov.co/documentos/DocumentosInstitucional/rio_20/040512_balance_agenda_21.pdf)

- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (6 de Octubre de 2013). *Bienes y servicios certificados*. Obtenido de Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible:  
<http://www.minambiente.gov.co//contenido/contenido.aspx?catID=1277&conID=7747>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (6 de Octubre de 2013). *Sello Ambiental Colombiano*. Obtenido de Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible:  
<http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido.aspx?catID=1277&conID=7745>
- PNUMA. (2012). *GEO 5 Perspectivas del Medio Ambiente Mundial*. Panamá: Editora Novo Art, S.A.
- Secretaria Distrital de Ambiente. (11 de Junio de 2013). *Ecodirectorio: Secretaria Distrital de Ambiente*. Obtenido de Secretaria Distrital de Ambiente:  
<http://ambientebogota.gov.co/en/web/ecodirectorio/inicio1>
- The Blue Angel. (11 de Junio de 2013). *The Blue Angel: The Blue Agel*. Obtenido de The Blue Angel: [http://www.blauer-engel.de/en/blauer\\_engel/index.php](http://www.blauer-engel.de/en/blauer_engel/index.php)
- UL, Terrachoice. (2010). *The sins of greenwashing*. Obtenido de Greenwashing report 2010:  
<http://sinsofgreenwashing.org/findings/greenwashing-report-2010/index.html>
- UNICEF. (22 de Marzo de 2011). *Publicaciones: UNICEF*. Obtenido de UNICEF:  
<http://www.unicef.es/sites/www.unicef.es/files/Folleto%20Ozonalia%202003.pdf>