

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**PRÁCTICA SOSTENIBLE EN LA PERCEPCIÓN DEL
CLIENTE Y LA COMPETIVIDAD DEL HOTEL PUNTA
ISLITA, UN ANÁLISIS DE LA REDUCCIÓN DE PLÁSTICOS
Y EL AUMENTO DEL RECICLAJE DURANTE EL TERCER
CUATRIMESTRE DE 2024**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE BACHILLERATO EN
TURISMO CON ÉNFASIS EN HOTELERÍA Y RESTAURANTE**

Hellen María Solano Mora

Martha Montiel

SEDE ARANJUEZ

SAN JOSÉ, ABRIL, 2025

Índice

Índice	2
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO.....	7
RESUMEN EJECUTIVO	8
CAPÍTULO I.....	10
1.1. Introducción.....	10
1.1. Planteamiento del problema	13
1.2. Objetivos.....	16
1.2.1. Objetivo general	16
1.2.2. Objetivos específicos.....	16
1.3. Justificación.....	16
1.4. Antecedentes.....	19
1.4.1. Antecedentes internacionales	19
1.4.2. Antecedentes nacionales.....	22
1.5. Proyecciones.....	24
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	27
2.1. Turismo Sostenible	27
2.1.1. Impacto ambiental	28
2.1.2. Reducción de plásticos	30
2.1.3. Aumento del reciclaje.....	30
2.2. Hotel Punta Islita	32
2.2.1. Prácticas sostenibles implementadas	33
2.2.2. Reducción de plásticos y reciclaje.....	34

2.2.3. Competitividad y diferenciación en el mercado	35
2.3. Percepción del Cliente	37
2.3.1. Satisfacción de los clientes	37
2.3.4. Aumentó del turismo sostenible	40
2.4. Turismo Sostenible en Costa Rica.....	41
2.4.1. Impacto en las comunidades locales.....	43
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	45
3.1. Enfoque de la Investigación	45
3.2. Diseño de la Investigación.....	46
3.3. Fuentes de Información	47
3.3.1. Fuentes primarias.....	47
3.4. Población y Muestra	47
3.6. Variables o Unidades de Análisis	48
3.7. Instrumentos	50
3.8. Revisión Bibliográfica.....	51
3.9. Proceso para la Recolección y Análisis de Datos.....	51
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	53
Percepción sobre las Prácticas Sostenibles.....	53
Impacto en la Satisfacción y Percepción de Marca	63
Competitividad del Hotel.....	67
Sugerencias de los huéspedes sobre iniciativas sostenibles adicionales	72
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	73
Conclusiones.....	73
Recomendaciones:	75
REFERENCIAS	76

APÉNDICES	80
Apéndice A: Encuesta sobre prácticas sostenibles en el Hotel Punta Islita	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables	48
Tabla 2. Porcentaje de huéspedes primerizos en el Hotel Punta Islita	53
Tabla 3. Frecuencia de visita de hoteles o resort sostenibles	54
Tabla 4. Importancia de las prácticas sostenibles en la elección de un hotel	55
Tabla 5. Nivel de conocimiento sobre las medidas del Hotel Punta Islita para eliminar plásticos de un solo uso	56
Tabla 6. Influencia de las iniciativas del hotel para reducir plásticos de un solo uso sobre la mejora de la experiencia como huésped	57
Tabla 7. Nivel de satisfacción con las acciones del hotel para reducir el uso de plásticos de un solo uso	59
Tabla 8. Calificación del esfuerzo del hotel en fomentar el reciclaje durante su estancia	60
Tabla 9. Calificación del esfuerzo del hotel en fomentar el reciclaje durante su estancia	60
Tabla 10. Participación de los huéspedes en las actividades de reciclaje ofrecidas, otra técnica sostenibilidad por el hotel	61
Tabla 11. Nivel de satisfacción general con el Hotel Punta Islita	63
Tabla 12. Influencia de las prácticas sostenibles en la percepción de la marca del hotel	64
Tabla 13. Recomendación del Hotel Punta Islita por sus prácticas ecológicas	65
Tabla 14. Probabilidad del regreso de los huéspedes al Hotel Punta Islita por su compromiso con la sostenibilidad	66
Tabla 15. Comparación de las prácticas sostenibles del Hotel Punta Islita con otros hoteles visitados.....	68
Tabla 16. Impacto de cómo las actividades de reciclaje mejoran la reputación del hotel en términos de sostenibilidad	69
Tabla 17. Atractivo del Hotel Punta Islita para clientes ecológicamente conscientes gracias a sus prácticas sostenibles. (donde 1 es muy satisfechos y 4 muy insatisfecho)	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Acciones Sostenibles realizadas durante las vacaciones.....	41
Figura 2. Porcentaje de huéspedes primerizos en el Hotel Punta Islita.....	53
Figura 3. Frecuencia de visita de hoteles o <i>resorts</i> sostenibles.....	54
Figura 4. Importancia de las prácticas sostenibles en la elección de un hotel.....	55
Figura 5. Nivel de conocimiento sobre las medidas del Hotel Punta Islita para eliminar plásticos de un solo uso.....	56
Figura 6. Influencia de las iniciativas del hotel para reducir plásticos de un solo uso sobre la mejora de la experiencia como huésped	58
Figura 7. Nivel de satisfacción con las acciones del hotel para reducir el uso de plásticos de un solo uso	59
Figura 8. Participación de los huéspedes en las actividades de reciclaje ofrecidas, otra técnica sostenibilidad por el hotel	62
Figura 9. Nivel de satisfacción general con el Hotel Punta Islita.....	63
Figura 10. Influencia de las Prácticas Sostenibles en la Percepción de la Marca del Hotel	64
Figura 11. Recomendación del Hotel Punta Islita por sus prácticas ecológicas	65
Figura 12. Probabilidad del regreso de los huéspedes al Hotel Punta Islita por su compromiso con la sostenibilidad	67
Figura 13. Comparación de las prácticas sostenibles del Hotel Punta Islita con otros hoteles visitados.....	68
Figura 14. Impacto de como las actividades de reciclaje mejoran la reputación del hotel en términos de sostenibilidad	70
Figura 15. Atractivo del Hotel Punta Islita para clientes ecológicamente conscientes gracias a sus prácticas sostenibles. (donde 1 es muy satisfechos y 4 muy insatisfecho)	71

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

A mi amado hijo, David Venegas Solano y a mi esposo, Héctor Mena Baltodano, quienes han sido mi pilar, mi fuerza y mi mayor inspiración en este camino.

David, tu alegría, tu curiosidad y tu amor incondicional han sido mi mayor motivación para seguir adelante. En cada paso que doy, en cada reto que enfrento, pienso en el ejemplo que quiero darte: que nunca es tarde para aprender y luchar por los sueños.

Héctor, tu apoyo inquebrantable, tu paciencia y tu fe en mí, me han dado la seguridad y la confianza para retomar mis estudios. Gracias por ser mi compañero, por alentarme en cada desafío y celebrar cada logro a mi lado.

A ustedes les dedico este esfuerzo, porque sin su amor y respaldo, este sueño no sería posible.

Con todo mi amor,

Hellen Solano Mora

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación analiza, el impacto de las prácticas sostenibles en la percepción del cliente y la competitividad del Hotel Punta Islita, ubicado en Hojancha, Guanacaste. En un contexto donde el turismo sostenible se ha convertido en una tendencia global, la reducción de plásticos y el aumento del reciclaje son factores clave, para la diferenciación en el mercado hotelero.

El objetivo general es evaluar, la forma como la implementación de prácticas sostenibles, específicamente la reducción de plásticos y el incremento del reciclaje, influyen en la percepción del cliente y en la competitividad del Hotel Punta Islita, durante el tercer cuatrimestre del año 2024.

Se utilizó un enfoque mixto de investigación, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, para obtener una visión integral del impacto de las iniciativas sostenibles en la experiencia del cliente. Se realizaron encuestas a los huéspedes del hotel para medir su percepción sobre la eliminación de plásticos de un solo uso, el fomento del reciclaje y la satisfacción general, con las iniciativas ambientales implementadas.

Un alto porcentaje de huéspedes valoró positivamente, los esfuerzos del hotel en la reducción de plásticos, destacando la eliminación de botellas plásticas y la implementación de estaciones de recarga de agua.

La participación en actividades de reciclaje incrementó la percepción positiva sobre la marca del hotel, mejorando su reputación como un destino sostenible.

Se identificó una correlación entre la implementación de estas medidas y la fidelización de clientes, quienes manifestaron mayor intención de regresar al hotel y recomendarlo.

La reducción de plásticos y el reciclaje contribuyeron a la competitividad del hotel, y lo posicionaron como una opción preferida por turistas, ecológicamente conscientes.

Los hallazgos de este estudio demuestran, que la sostenibilidad no solo genera beneficios ambientales, sino que también mejora la satisfacción del cliente y refuerza la imagen del Hotel Punta Islita en el mercado. Se recomienda continuar, con estrategias de

concienciación ambiental para huéspedes y colaboradores, fortalecer las alianzas con proveedores sostenibles y ampliar la oferta de actividades ecológicas para los visitantes.

Este estudio aporta evidencia clave para la industria hotelera, sobre la importancia de integrar la sostenibilidad como un valor central de su estrategia competitiva, asegurando así un turismo responsable y alineado con las expectativas del mercado actual.

CAPÍTULO I

1.1. Introducción

El turismo sostenible ha venido tomando importancia a través de los años, debido a que las personas cada vez son más conscientes de la importancia de preservar los recursos naturales. Hernández, J., Aguilera, H. & Bohórquez, L. (2022) mencionan en su tesis que:

Países que tienen gran renombre a nivel Latinoamericano, como Costa Rica y otros que están en busca de fortalecer las actividades ecoturísticas como El Perú, coinciden en que una de las prácticas de gran relevancia para poder promover el turismo como una fuente importante de la economía, del desarrollo social, cultural y del cuidado y conservación de los recursos, es fomentar la actividades académicas sobre el turismo e incentivar la investigación, haciendo alianzas con instituciones educativas, que permeen el conocimiento en todos los actores que hacer parte del desarrollo de esta actividad turística, crear conciencia y sentido de pertenencia.(p.34)

En el contexto del turismo latinoamericano, países como Costa Rica han demostrado un liderazgo significativo al posicionarse como referentes en la promoción del ecoturismo, convirtiéndolo en una piedra angular de su economía; esta experiencia destaca la importancia de prácticas, que no solo estimulan el crecimiento económico, sino que también favorecen el desarrollo social, cultural y ambiental.

El análisis de cómo las prácticas sostenibles, especialmente la reducción de plásticos y el aumento del reciclaje, pueden influir en la percepción del cliente y la competitividad del Hotel Punta Islita, en un mundo cada vez más consciente de la crisis ambiental, sobre todo en Costa Rica, indica que los consumidores están valorando cada vez más los esfuerzos de sostenibilidad de las empresas y esta tendencia no solo es evidente en los sectores industriales tradicionales, sino también en la industria hotelera, donde la percepción de sostenibilidad puede ser clave en un mercado competitivo.

Tal como lo señalan Naciones Unidas (2023), "el consumo y la producción responsables deben formar parte integral de la recuperación tras la pandemia y de los planes de aceleración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible". (párr. 6)

La creciente relevancia de integrar prácticas sostenibles en todas las áreas económicas, destacando el caso del Hotel Punta Islita como un ejemplo clave en el sector turístico, la implementación de estas prácticas no solo responde a la necesidad de mitigar los impactos ambientales negativos, asociados con la operación hotelera, sino que también se alinea, con los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por las Naciones Unidas. Al adoptar medidas como la reducción del uso de plásticos, la gestión eficiente de los recursos hídricos y energéticos y el fomento del reciclaje, el hotel no solo contribuye a la preservación del entorno natural en el que opera, también fortalece su competitividad en el mercado global.

Integrar la sostenibilidad, en su modelo de negocio, puede mejorar la percepción de los consumidores respecto al hotel y generar un valor añadido que lo diferencia de otros competidores. Los viajeros actuales, especialmente aquellos pertenecientes a segmentos de mercado más conscientes, valoran cada vez más las iniciativas sostenibles y prefieren alojarse en establecimientos, comprometidos con la responsabilidad ambiental.

De esta manera, el hotel puede atraer a un público más exigente, que no solo busca experiencias de alta calidad, sino también que estén alineadas con sus valores éticos y ambientales, lo que a largo plazo, ayudaría a fidelizar a los clientes.

Por lo tanto, estas prácticas no solo fortalecen la imagen de marca del Hotel Punta Islita, sino que también fomentan la lealtad de sus clientes y contribuyen a un turismo más responsable y consciente. Las prácticas verdes en la hotelería, como la reducción de plásticos y el reciclaje, producen un impacto directo en la percepción de los clientes, particularmente en Costa Rica, donde la sostenibilidad es un tema país de suma la relevancia.

Moise, M., Gil-Saura, I. y Ruiz, M. (2021) explican que: "las prácticas verdes representan un antecedente esencial, por un lado, de la confianza que tiene el huésped en el hotel y, por otro, de la satisfacción que tiene con él". (párr. 45)

Con base en esta investigación, se busca aportar evidencias de que las acciones medioambientales no solo mejoran la confianza de los huéspedes, sino que también aumentan

su satisfacción, lo que a su vez podría traducirse en mayor lealtad y recomendaciones positivas. Además, esta investigación aborda un aspecto crucial para la industria turística, como lo es la competitividad, en un contexto donde los viajeros están cada vez más informados y preocupados por el impacto ambiental de sus decisiones; los hoteles que adoptan prácticas sostenibles no solo mejoran su reputación, sino que también se posicionan mejor frente a sus competidores.

Al reducir el uso de plásticos y aumentar el reciclaje, el Hotel Punta Islita podría diferenciarse en un mercado donde la competencia es intensa, atrayendo un nicho de clientes dispuestos a pagar más por servicios que reflejan sus valores. La relevancia social también radica en la capacidad de esta investigación para generar conciencia sobre la importancia de las prácticas sostenibles en la industria hotelera. Es de suma importancia demostrar, que tales prácticas pueden mejorar la percepción del cliente y la competitividad del hotel, además de que se alienta a otras empresas del sector, a seguir un camino similar.

Esto no solo beneficia a los negocios individualmente, de la misma manera contribuye a ejercer un impacto positivo a mayor escala, ayudando a mitigar los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente. Finalmente, esta investigación podría influir en la formulación de políticas públicas y estrategias empresariales, que promuevan la sostenibilidad en la industria turística de Costa Rica, al proporcionar evidencia concreta del impacto positivo de las prácticas sostenibles, en la percepción y competitividad de los hoteles, de modo se contribuye a fomentar un cambio, hacia modelos de negocio más responsables y comprometidos con el medio ambiente.

1.1. Planteamiento del Problema

En la actualidad, el sector turístico enfrenta una creciente presión, relacionada con adoptar prácticas sostenibles como parte de su operación diaria, debido a la mayor conciencia ambiental entre los consumidores y las regulaciones cada vez más estrictas, en torno a la sostenibilidad.

Según explica Anchundia, D. (2023):

La sostenibilidad turística es sumamente importante para la preservación del entorno en que se realiza la actividad turística, mediante estos estudios se puede analizar que existe una gran inquietud por tratar de lograr un desarrollo sostenible en los destinos ya que en su mayoría los impactos que produce el turismo son negativos, por ende, se busca que la sostenibilidad sea uno de los factores predominantes para todos los actores involucrados en esta actividad tan dinámica denominada turismo. (p.3)

En este contexto, el Hotel Punta Islita, ubicado en Hojancha, Guanacaste, ha implementado iniciativas orientadas a la reducción de plásticos y el aumento del reciclaje, como parte de su compromiso con la responsabilidad ambiental. Dichas acciones no solo se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos por las Naciones Unidas, también buscan mejorar la competitividad del hotel, en un mercado donde la percepción del cliente sobre la sostenibilidad se ha convertido en un factor clave, para la decisión de compra.

Salas, P. *et al.* (2022). Mencionan al respecto:

El turismo sostenible está diseñado para mejorar la calidad de vida de la población local, de las personas que trabajan y viven en el destino turístico, proveer mayor calidad de la experiencia para el visitante, mantener la calidad del medio ambiente del que dependen tanto la población local como los visitantes. El interés por

desarrollar un turismo sostenible ha crecido en los últimos años debido a los impactos negativos que está causando el desarrollo del turismo en los destinos que lo practican, viendo la necesidad de conservar los recursos naturales y culturales para que las futuras generaciones puedan disfrutar de un ambiente sano y seguro. (p.361)

Un aspecto importante, que mencionan los autores, es la creciente conciencia sobre los impactos negativos del turismo, lo cual ha impulsado una mayor preocupación por conservar los recursos naturales y culturales, no solo para el presente, sino también para las generaciones futuras, ya que busca garantizar, que las actividades turísticas de hoy no comprometan la capacidad de las futuras generaciones, para disfrutar de un entorno sano y seguro.

Aquí se hace evidente el llamado a una planificación a largo plazo, donde las decisiones no solo se basen en los beneficios económicos inmediatos, sino también en las implicaciones futuras para el medio ambiente y las comunidades locales. Sin embargo, aún es necesario evaluar el impacto real de estas prácticas, en la percepción de los huéspedes y en la competitividad del hotel, durante el tercer cuatrimestre del año 2024.

A pesar de los esfuerzos por reducir el uso de plásticos y fomentar el reciclaje, existe un vacío de información sobre cómo estas acciones son percibidas por los clientes y cómo influyen en su satisfacción, lealtad y en su disposición para recomendar o regresar al hotel.

Asimismo, no se ha determinado de manera concluyente, si la implementación de estas prácticas genera una ventaja competitiva trascendental, frente a otros hoteles que aún no han adoptado medidas similares. Esto enfatiza la importancia de un equilibrio entre los intereses económicos y sociales de las comunidades locales y las experiencias que se ofrecen a los turistas. El turismo puede ser un motor económico crucial para muchas regiones, pero si no se gestiona adecuadamente, puede acarrear efectos negativos, como la sobreexplotación de los recursos naturales, la degradación del entorno, la alteración de la cultura local y la desigualdad económica.

El texto también destaca la "calidad del medio ambiente" como un factor esencial, tanto para los residentes locales como para los visitantes. La dependencia mutua entre estos

grupos, sobre un entorno saludable, subraya la interconexión entre el bienestar humano y la preservación de los recursos naturales. Esto es especialmente relevante, en destinos que basan su atractivo en su riqueza natural o cultural y la degradación de esos recursos no solo afectaría a las poblaciones locales, también disminuiría el atractivo para los turistas y afectaría negativamente la economía local.

En este sentido, resulta fundamental investigar, la forma como la reducción de plásticos y el incremento del reciclaje impactan, tanto en la percepción del cliente como en la competitividad del hotel, evaluar si dichas prácticas logran satisfacer las expectativas de sostenibilidad de los huéspedes y cómo influyen en su experiencia general. Asimismo, es necesario comprender si estas iniciativas contribuyen a mejorar la imagen del hotel, posicionándolo como un destino turístico preferido por aquellos que valoran el turismo responsable, por lo que se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo impactan las prácticas sostenibles, con base en la reducción de plásticos y el aumento del reciclaje, en la percepción del cliente y la competitividad del Hotel Punta Islita durante el tercer cuatrimestre del año 2024?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Evaluar el impacto de las prácticas sostenibles en la percepción del cliente y en la competitividad del Hotel Punta Islita, Hojancha, Guanacaste con base en la reducción de plásticos y el aumento del reciclaje durante el tercer cuatrimestre del año 2024.

1.2.2. Objetivos Específicos

- 1.2.2.1. Analizar el impacto de las prácticas sostenibles en la percepción de marca y la lealtad de los clientes en el Hotel Punta Islita, Hojancha, Guanacaste, durante el tercer cuatrimestre del año 2024.
- 1.2.2.2. Identificar la relación entre las prácticas sostenibles y la satisfacción del huésped en el Hotel Punta Islita, Hojancha, Guanacaste, durante el tercer cuatrimestre del año 2024.
- 1.2.2.3. Explicar el efecto del aumento de las actividades de reciclaje, en la reputación del hotel y su atractivo para clientes ecológicamente conscientes, durante el tercer cuatrimestre del año 2024.

1.3. Justificación

El turismo sostenible ha ganado importancia en la última década, impulsado tanto por las expectativas de los consumidores, como por la necesidad de preservar los entornos naturales que sostienen esta industria. Los consumidores son cada vez más conscientes de los impactos ambientales y sociales que puede generar el turismo, lo que ha motivado a las empresas del sector a integrar prácticas sostenibles en sus operaciones diarias, esto no solo responde a una creciente demanda de turistas responsables, sino también a la presión regulatoria para cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, establecidos por organismos internacionales como las Naciones Unidas.

En este contexto, el Hotel Punta Islita, ubicado en Hojancha, Guanacaste, ha implementado medidas para reducir el uso de plásticos y aumentar el reciclaje, como parte de su estrategia de sostenibilidad. Estas acciones no solo están alineadas con los objetivos de sostenibilidad, también buscan posicionar el hotel como líder en responsabilidad ambiental, dentro del sector turístico costarricense. Sin embargo, a pesar de estos esfuerzos, persiste una

brecha en el conocimiento sobre cómo los clientes perciben dichas iniciativas y si estas generan una ventaja competitiva, significativa para el hotel, en un mercado donde la sostenibilidad es un diferenciador clave.

Según el Instituto Costarricense de Turismo. (2022) los factores clave, para el uso eficiente de recursos son:

- La calidad ambiental se mantiene y mejora con enfoques de protección, conservación, regeneración y resiliencia.
- La inversión nacional en conservación, la planificación turística y las prácticas sostenibles de los turistas promueven el uso sostenible de los recursos ambientales.
- Fomentar mejores prácticas turísticas sostenibles entre turistas.
- Planificación turística que evite problemas ambientales o socioculturales.
- Gestión del cambio climático en turismo.
- Balance entre productividad y competitividad para conservación de recursos agotables (como agua, cultura, cobertura boscosa entre otros) para lograr crecimiento y desarrollo integral. (p.107)

Lo anterior, pone en evidencia el enfoque integral del Plan Nacional de Turismo en la protección y uso sostenible de los recursos naturales, un pilar central en la visión turística de Costa Rica, al destacar la importancia de mantener y mejorar la calidad ambiental, mediante acciones de conservación y regeneración. El texto señala un compromiso, no solo con la preservación del entorno, sino también con su mejora a largo plazo. Esto refleja una clara prioridad hacia la sostenibilidad, un tema crítico en un país, cuyo atractivo turístico depende en gran medida de sus ecosistemas.

El impulso en cuanto a aumentar las inversiones, en conservación y planificación turística, sugiere una conciencia respecto al impacto que el turismo puede producir en los recursos naturales, lo que requiere una gestión estratégica, al subrayar la necesidad de fomentar mejores prácticas sostenibles entre los turistas. Se reconoce que el éxito del modelo depende, no solo de las políticas nacionales, sino también del comportamiento individual de los visitantes, lo que sugiere un enfoque colaborativo, donde tanto al gobierno como a los turistas corresponden responsabilidades compartidas.

Esta investigación es viable porque el Hotel Punta Islita ya ha implementado medidas sostenibles específicas, como la reducción del uso de plásticos y el aumento del reciclaje, lo que permite evaluar sus efectos en un entorno real, el acceso a información sobre las prácticas del hotel, así como la posibilidad de encuestar o entrevistar a clientes y personal, aseguran que se puedan recopilar datos relevantes para el análisis.

Para la persona investigadora, resulta relevante comprender, cómo estas prácticas pueden mejorar la competitividad y percepción de marca en el sector hotelero, especialmente en un país como Costa Rica, donde el ecoturismo es un pilar fundamental. Este análisis puede aportar información esencial, para futuras estrategias en la industria, contribuyendo respecto al desarrollo de un turismo más responsable y alineado con las expectativas de los viajeros ecológicamente conscientes.

La presente investigación es fundamental, para evaluar el impacto de estas prácticas sostenibles en la satisfacción y lealtad de los huéspedes, así como en la competitividad del Hotel Punta Islita frente a otros competidores. Al analizar la percepción de los clientes sobre la reducción de plásticos y el aumento del reciclaje, se podrá determinar si estas acciones logran satisfacer las expectativas de los turistas ecológicamente conscientes y si estas contribuyen a reforzar la imagen del hotel, como un destino turístico preferido para aquellos que valoran el turismo responsable. Además, permitirá identificar oportunidades para mejorar las estrategias de sostenibilidad del hotel, garantizando que estas prácticas no solo beneficien al medio ambiente, sino también la rentabilidad y reputación del establecimiento a largo plazo.

Con este análisis, el Hotel Punta Islita podrá tomar decisiones informadas que le permitan, no solo cumplir con los estándares ambientales, sino también adaptarse a las

tendencias del mercado, mejorando así su posicionamiento y atractivo, para un público cada vez más consciente del impacto de sus decisiones de compra.

1.4. Antecedentes

1.4.1. Antecedentes internacionales

En el contexto internacional, el primer antecedente es una tesis de la Universidad Nacional de Chimborazo, realizada por Ing. Fabricio Napoleón González Santamaría en los años 2019 – 2021, para optar por el título de Maestría en Turismo, titulada “Las buenas prácticas y turismo sostenible en los centros turísticos comunitarios registrados del cantón Riobamba.”

El objetivo general de la investigación planteado fue, determinar la relación entre las buenas prácticas y el turismo sostenible en los centros turísticos comunitarios registrados del cantón Riobamba, mientras que sus objetivos específicos fueron: Determinar la relación entre los procesos y el turismo sostenible en los centros turísticos comunitarios registrados de cantón Riobamba; Analizar la relación entre la organización y el turismo sostenible en los centros turísticos comunitarios registrados de cantón Riobamba; Estimar la relación entre la calidad de los productos y servicios turísticos con el turismo sostenible en los centros turísticos comunitarios registrados de cantón Riobamba.

La metodología empleada fue un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para desarrollar y luego probar, una teoría sobre el turismo sostenible y las buenas prácticas. Se aplicó un diseño no experimental y transversal, observando el fenómeno en su entorno natural sin intervención. La muestra consiste en 30 expertos en turismo comunitario de Riobamba, seleccionados por conveniencia y la principal técnica de recolección de datos consistió en una encuesta basada en una escala de Likert. La validez del instrumento fue garantizada por expertos y su confiabilidad, medida con el Alpha de Cronbach, resultó en un coeficiente de 0,814, lo cual indicó que los datos eran consistentes y adecuados para el análisis.

El autor menciona, que la relación entre las buenas prácticas y el turismo sostenible en los centros turísticos comunitarios (CTC) del cantón Riobamba, es esencial para fomentar un desarrollo equitativo y responsable; la planificación estratégica, en colaboración con los

sectores público y privado, debe enfocarse en la protección de los recursos naturales y culturales, manteniendo la identidad local. La calidad e innovación en los servicios turísticos son fundamentales para satisfacer las demandas de los visitantes, mientras que la sostenibilidad debe integrarse en todas las acciones comunitarias, promoviendo un equilibrio entre el crecimiento económico y la conservación del entorno. (González, F.2021)

El segundo antecedente internacional es una tesis, de la Universidad Externado de Colombia, elaborada por Del Toro Torres Deniss Sofía y Guarnizo Arteaga Juanita, en el año 2024, titulada “Reciclaje de los materiales textiles utilizados en el sector hotelero y su aporte al desarrollo sostenible en el entorno de la operación en la ciudad de Bogotá D.C”.

Como objetivo general, las autoras plantearon: Diagnosticar cómo el reciclaje de los materiales textiles, utilizados en el sector hotelero, aporta a la sostenibilidad en el entorno de la operación y como objetivos específicos los siguientes: Caracterizar los departamentos de la operación de la industria hotelera; Clasificar los materiales textiles del sector hotelero, que son susceptibles a la transformación y creación de nuevos productos; Tipificar alternativas del reciclaje textil, que contribuyan al desarrollo sostenible del entorno de la operación hotelera.

La investigación utiliza la metodología de triangulación, que combina métodos cualitativos y cuantitativos para estudiar la gestión de textiles en el sector hotelero y proponer alternativas sostenibles. Esta metodología permite obtener una visión más precisa, al articular diversas fuentes de datos, teorías y métodos de recolección, como entrevistas, encuestas y estudios de casos. El enfoque abarca tanto el contexto internacional como el nacional, evaluando el impacto ambiental de la industria textil y su relación con la operación hotelera. Por medio de esta combinación de enfoques, se busca ofrecer soluciones innovadoras que promuevan el reciclaje textil y la sostenibilidad en los hoteles.

Las autoras concluyeron, que el reciclaje textil es una alternativa sostenible viable, no solo para la industria de la moda, sino también para los hoteles, que generan una cantidad significativa de residuos textiles al final del ciclo de vida útil de sus prendas. A pesar de la normativa existente sobre manejo de residuos, no se aborda específicamente el reciclaje textil, lo que presenta una oportunidad para implementar una solución, que beneficie tanto el medio ambiente como a la operación hotelera. La investigación reveló, que existe un

conocimiento limitado sobre el reciclaje textil entre el público, asociado erróneamente al proceso. Además, la implementación de medidas de reciclaje, en la cadena GHL, podría generar ahorros significativos y valor agregado, promoviendo una cultura de sostenibilidad en la industria hotelera colombiana. (Del Toro, D. & Guarnizo, J. 2024)

El reciclaje textil emerge como una solución sostenible y viable para abordar los desafíos de residuos en la industria hotelera; a pesar de la normativa existente sobre manejo de residuos, la falta de enfoque específico en el reciclaje textil, revela una oportunidad estratégica para que los hoteles implementen prácticas, que beneficien tanto el medio ambiente como su operación. La implementación de medidas de reciclaje, no solo podría generar ahorros significativos para los hoteles, sino también contribuir con el desarrollo de una cultura de sostenibilidad, en la industria hotelera colombiana. Este enfoque no solo beneficiaría a las empresas, también promovería un futuro más sostenible y responsable con el medio ambiente.

El tercer antecedente internacional es un artículo, de la revista de ciencias sociales de la Universidad del Zulia en el año 2024, elaborada por Solís Muñoz Juan Bautista, Neira Mercedes Lucía, González Romero Cindy Dolores y Mantilla Crespo, Xavier Augusto, titulada *Factores que inciden en el turismo sostenible de Cojitambo- Ecuador*.

Los autores señalan, que el turismo sostenible se presenta como un ecosistema de estrategias fundamentales, para mejorar la calidad de vida y el ingreso de las comunidades, evidenciando su eficacia en contextos como el ecuatoriano, donde se ha comprobado la correlación positiva entre el uso responsable de recursos naturales y el desarrollo socioeconómico. Al mismo tiempo, la identidad cultural juega un papel crucial en el turismo sostenible, ya que la preservación del patrimonio y la promoción de prácticas locales, no solo fortalecen la economía, también mejoran la calidad de vida de la población, fomentando un compromiso cívico hacia la conservación de su legado cultural. Así, la interacción de estos elementos crea un entorno propicio, para un desarrollo turístico que respete y valore tanto los recursos naturales como las tradiciones culturales, asegurando un futuro sostenible para la industria turística. (Solís, J. *et al.* 2024)

1.4.2. Antecedentes nacionales

El primer antecedente nacional es un artículo, de la revista del Instituto Tecnológico de Costa Rica, en el año 2021, realizada por Mildred Acuña Sossa, Dinorah Calvo Alvarado y Yorlenny Fontana Coto, titulado *Estado de situación del ocio y el turismo sostenible en Costa Rica*.

En Costa Rica, los sitios históricos y patrimoniales son fundamentales, para preservar la identidad cultural y fomentar el turismo sostenible. Estos incluyen edificaciones singulares, monumentos y paisajes culturales, todos reconocidos oficialmente por su valor histórico y cultural. Además, las actividades culturales programadas, como celebraciones anuales organizadas por comunidades, buscan promover y mantener las tradiciones locales, siendo accesibles y gratuitas para el público. En este contexto, los espacios acuáticos también juegan un papel importante, al ofrecer oportunidades recreativas y de esparcimiento, mientras los sitios de atracción cultural y natural contribuyen, a la educación ambiental y cultural de los visitantes. Juntas, estas iniciativas no solo enriquecen la experiencia turística, sino que también fomentan un mayor aprecio por el patrimonio nacional.

Las autoras concluyen que la diversidad de atractivos turísticos en Costa Rica, desde los naturales hasta los culturales, refleja la riqueza del país y su capacidad para ofrecer productos y servicios complementarios, que benefician a la población. No obstante, persisten contradicciones y asimetrías, en la relación entre el turismo y el desarrollo humano sostenible, lo que plantea la necesidad de investigaciones adicionales. Para el futuro, es crucial que el desarrollo turístico se realice con una planificación adecuada, tomando en cuenta la capacidad de carga de los destinos y priorizando el uso de nuevas tecnologías, para optimizar la experiencia del turista, al tiempo que se aseguran mejoras en la accesibilidad de los sitios visitados. (Acuña, M., Calvo, D. & Fontana, Y., 2021)

El segundo antecedente es una tesis de la Universidad UIT, elaborada por Synne Kvamsøy Bjørke en el año 2023, titulada *El discurso ecológico en textos de información turística*.

El objetivo principal es, analizar el discurso ecológico presente en textos de información y publicidad turística de Costa Rica. Para ello se utilizará como herramienta de análisis, la perspectiva del análisis del discurso ideológico (ADI) de Teun van Dijk.

El autor menciona, que en conjunto, tanto en los textos gubernamentales como en los publicitarios, se observa un uso instrumental del discurso ecológico, que en algunos casos se aleja de la evidencia objetiva, para centrarse en una función apelativa. Si bien el análisis refleja la importancia del ecoturismo en la imagen de Costa Rica, también se evidencia que algunos textos recurren a categorías retóricas, que podrían ser más rigurosas en términos de pruebas científicas o estadísticas completas. (Bjørke, S. 2023)

El tercer y último antecedente nacional es un artículo de *Revista Pensamiento Actual* de la Universidad de Costa Rica, en la Sede de Occidente, realizada por María Fernanda Vega Solano y Yendry Sánchez Picado en el año 2024, titulado “Turismo, ambiente y agenda 2030 en Costa Rica”.

La metodología del estudio es de carácter descriptivo y enfoque cuantitativo, basada en la recolección de datos documentales, de diversas fuentes oficiales como el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC) y la Cuenta Satélite de Turismo del Banco Central de Costa Rica (BCCR). Se seleccionaron variables relacionadas con el turismo y el ambiente, para evaluar su impacto durante la crisis sanitaria de 2020 y su recuperación posterior, analizando también campañas promocionales como "Vamos a turistar". Además, se realizó una revisión bibliográfica sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y su relación con el turismo en Costa Rica. Los datos obtenidos fueron sistematizados y analizados, para presentar los principales hallazgos, con miras al cumplimiento de la Agenda 2030.

Según las autoras, desde 1888, Costa Rica ha implementado leyes y decretos a favor del ambiente y la preservación de recursos naturales, antes incluso de esfuerzos globales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Con la creación del Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC), el país ha fortalecido sus áreas silvestres protegidas, fundamentales para la sostenibilidad y el turismo internacional. A pesar de que muchas empresas están vinculadas al turismo, pocas gestionan informes de sostenibilidad. Mejorar la sostenibilidad ambiental requiere sensibilización y la creación de alianzas estratégicas entre comunidades, gobiernos, sector privado y universidades, alineándose con el ODS 17. Es crucial promover la participación femenina en sectores turísticos, más allá de los servicios de alimentos y bebidas. Campañas sobre la importancia de los ecosistemas y la gestión

responsable de los recursos naturales son esenciales para avanzar en los ODS y crear mejores condiciones para todos. (Vega, M. & Sánchez, Y. 2024)

El compromiso histórico de Costa Rica con la sostenibilidad ambiental, evidenciado desde 1888 a través de diversas leyes y la creación del Sistema Nacional de Áreas de Conservación, posiciona al país como un líder en la conservación de recursos naturales y en el desarrollo del turismo sostenible. Sin embargo, la falta de informes de sostenibilidad por parte de muchas empresas turísticas, refleja una oportunidad no aprovechada para fortalecer la transparencia y la rendición de cuentas en el sector. La sensibilización y la creación de alianzas estratégicas entre comunidades, gobiernos, sector privado y universidades son esenciales para mejorar la sostenibilidad y cumplir con los ODS. Además, promover la participación femenina en el turismo puede enriquecer la diversidad y contribuir a prácticas más sostenibles en la industria. En última instancia, la implementación de campañas de concienciación sobre la importancia de los ecosistemas y la gestión responsable de los recursos naturales, será clave para avanzar hacia un futuro más sostenible y equitativo, beneficiando tanto a las comunidades locales como al sector turístico en su conjunto.

1.5. Proyecciones

A continuación, se presentan las proyecciones del proyecto:

- A largo plazo, es probable que la adopción de prácticas sostenibles, como la reducción de plásticos y el aumento del reciclaje, continúe mejorando la percepción que los clientes tienen del Hotel Punta Islita. Los huéspedes comenzarán a asociar la marca con valores de responsabilidad social y ambiental, lo que puede incrementar la reputación del hotel, como un líder en sostenibilidad dentro de la región.
- A medida que los clientes actuales y futuros se familiaricen más con las prácticas sostenibles del hotel, es previsible que haya un aumento en la lealtad de aquellos que valoran la sostenibilidad. Estos huéspedes estarán más inclinados a regresar al hotel, debido a la alineación entre sus valores personales y las acciones sostenibles de la empresa.

- Los huéspedes ecológicamente conscientes, que han vivido experiencias positivas en el hotel, pueden convertirse en embajadores de la marca, recomendando el hotel a amigos y familiares.
- La reducción de plásticos de un solo uso puede mejorar la satisfacción de los clientes, especialmente de aquellos preocupados por el impacto ambiental del turismo. En un futuro cercano, es posible que este grupo de clientes, no solo valore la reducción de plásticos, sino que también prefiera alojarse en lugares que adopten medidas similares, aumentando las tasas de retorno.
- A medida que más hoteles adopten prácticas sostenibles, los clientes podrían comenzar a esperar que este tipo de medidas sean la norma, por tanto, el Hotel Punta Islita no solo mejoraría su reputación, sino que mantendría un estándar competitivo, en relación con otros hoteles.
- El aumento de las actividades de reciclaje fortalecerá, la reputación del hotel, ante un público cada vez más interesado en la protección del medio ambiente. Estos clientes pueden optar específicamente por alojamientos, que promuevan prácticas de reciclaje y manejo adecuado de residuos, lo que generará un incremento en la demanda de este segmento de mercado.
- A mediano y largo plazo, la reputación del hotel como un lugar que implementa, prácticas de reciclaje exitosas, puede atraer nuevos clientes que valoran los esfuerzos ecológicos. Este grupo podría incluir, tanto turistas nacionales como internacionales, que buscan destinos alineados con sus valores ambientales.
- La adopción de estas prácticas sostenibles consolidará al Hotel Punta Islita, como un referente en turismo sostenible, esto no solo mejorará la competitividad del hotel en la región de Guanacaste, sino también a nivel nacional e internacional, atrayendo a turistas interesados en destinos responsables con el medio ambiente.
- Incremento en la diferenciación del hotel: En un mercado turístico cada vez más competitivo, la diferenciación es clave. Al fortalecer su

enfoque en la sostenibilidad, el Hotel Punta Islita podría destacarse frente a otros establecimientos, que aún no han adoptado medidas similares. Esto les permitirá posicionarse, como una opción única para los turistas, que buscan un destino más consciente del impacto ambiental.

- Repercusiones en el crecimiento económico del hotel: La mayor atracción de clientes, debido a su reputación ecológica y la mejora en la lealtad del cliente, puede traducirse en un aumento de ingresos. Con una estrategia sostenible bien implementada, el hotel no solo se mantendría competitivo, sino que también podría ver un crecimiento en sus beneficios económicos, reinvertiendo en mejoras adicionales a sus instalaciones y servicios.
- A medida que el hotel continúe implementando sus iniciativas de reciclaje y reducción de plásticos, es previsible que en el futuro desarrollen o adopten nuevas prácticas sostenibles e innovadoras, como la energía renovable o la mejora de la eficiencia energética.
- Hotel Punta Islita podría asumir un rol más activo, en la educación de sus clientes sobre las prácticas sostenibles que adopta. Esto podría incluir, desde información en las habitaciones, hasta la organización de actividades que permitan a los huéspedes participar activamente en las iniciativas de sostenibilidad del hotel, lo que reforzaría el vínculo entre el cliente y la marca.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Turismo Sostenible

El turismo sostenible es una estrategia fundamental, para mitigar los impactos negativos que el turismo convencional genera en el medio ambiente, la economía y las comunidades.

Según explica Amador, C. (2021):

El Turismo Sostenible es una base sólida para el proceso de minimizar los impactos sobre el medio ambiente, asimismo respetar la autenticidad de la cultura local fomentando oportunidades para el futuro, de igual manera también contribuye en el desarrollo de las comunidades locales, con el fin de mejorar la calidad de vida de la población generando ingresos, empleos y reduciendo la pobreza, de esta manera satisface las necesidades del visitante y de las regiones receptoras, de ahí la importancia de crear conciencia sobre realizar prácticas turísticas sostenibles. (p.1)

El turismo sostenible no solo mitiga los impactos negativos sobre el entorno natural, sino que también promueve el respeto por las culturas locales y contribuye al desarrollo de las comunidades receptoras, la generación de ingresos y empleos, junto con la reducción de la pobreza, son pilares esenciales para mejorar la calidad de vida de las personas, en estas regiones.

El turismo sostenible se posiciona como una herramienta clave, para satisfacer las expectativas de los visitantes, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, para disfrutar de los mismos recursos; es importante crear conciencia entre los actores del sector turístico, para implementar prácticas responsables que beneficien, tanto a los destinos como a los viajeros.

Otra definición es, la de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la cual afirma que este tipo de turismo "satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones

receptoras, al tiempo que protege y mejora las oportunidades para el futuro". (OMT, 2019, s.p.)

El turismo sostenible busca un equilibrio entre las necesidades actuales y futuras, tanto de los turistas como de las comunidades receptoras, al centrarse en la protección y mejora de las oportunidades para el futuro.

Abarca tres dimensiones clave, primero está la ambiental, la cual se centra en cuidar los recursos naturales, preservando los ecosistemas y promoviendo la biodiversidad, aunque puede ocasionar impactos como sobreexplotación y alteración del paisaje. La segunda es la económica y busca un desarrollo financiero equilibrado, generando empleo y mejorando las condiciones de vida en las comunidades anfitrionas, aunque puede causar inflación y dependencia del turismo. Finalmente, la social promueve el respeto y la conservación de la cultura local, fomentando el intercambio cultural y la revitalización de tradiciones, aunque enfrenta riesgos como conflictos sociales y pérdida de autenticidad cultural. Estas dimensiones buscan un balance, para garantizar un turismo responsable y beneficioso para todos. (Amador, C. 2021)

2.1.1. Impacto ambiental

Las actividades turísticas no planificadas pueden provocar contaminación, pérdida de biodiversidad y sobreexplotación de recursos; sin embargo, el turismo sostenible promueve el uso eficiente de los recursos y la preservación de ecosistemas frágiles, garantizando su conservación para futuras generaciones.

El autor Torres, V. (2024) indica al respecto:

El turismo proporciona tanto beneficios como inconvenientes en el medio ambiente, por ejemplo, las emisiones de gases de efecto invernadero; la degradación ambiental, resultado de la construcción de proyectos turísticos; y, la afluencia de aguas residuales, tienen un impacto negativo en la calidad del agua. (p.364)

Las emisiones de gases de efecto invernadero y la degradación ambiental, provocada por la construcción de proyectos turísticos, son ejemplos de cómo este sector puede contribuir

al deterioro del entorno natural. La afluencia de aguas residuales afecta negativamente la calidad del agua, lo que subraya la necesidad de implementar estrategias sostenibles que mitiguen esos efectos, esto pone de relieve la importancia de equilibrar el desarrollo turístico, con la protección del medio ambiente, para garantizar su viabilidad a largo plazo y evitar daños irreversibles.

Los residuos plásticos en los océanos son una de las mayores preocupaciones ambientales y afectan especialmente las islas remotas, donde grandes cantidades de plástico llegan a las costas, debido a las corrientes oceánicas y el viento. Estas islas actúan como sumideros que acumulan temporalmente desechos plásticos, permitiendo evidenciar la magnitud del problema; el desarrollo del turismo en estos destinos contribuye al aumento del uso de plásticos de un solo uso, como envases para alimentos y bebidas, lo que agrava la situación. El rápido crecimiento del turismo, impulsado por factores como la mayor riqueza global, el interés por viajar y las mejoras en el transporte, generan una presión adicional en estas islas, que suelen contar con recursos limitados, poco espacio y sistemas de gestión de residuos, insuficientes para enfrentar el problema. (Penilla, M, & Koot, Y., 2020)

Cabe destacar, que el 90 % de las playas, tanto del Caribe como del Pacífico presentan contaminación por plásticos, microplásticos y químicos derivados de estos materiales. En las aguas colombianas se han encontrado hasta 8 000 microplásticos por litro y 1 000 por metro cuadrado en las playas, lo que impacta de manera negativa tanto al turismo costero como al sector pesquero. (Cortes, K. 2022)

Ante este panorama, algunos destinos han comenzado a implementar iniciativas innovadoras, para reducir el impacto ambiental del turismo, como la prohibición de plásticos de un solo uso, la promoción de materiales biodegradables y la creación de programas de educación ambiental, dirigidos tanto a residentes como a visitantes, con el fin de mitigar el problema de los desechos plásticos, sino también posicionar las islas como destinos sostenibles, que priorizan la conservación del medio ambiente y la cultura local, fortaleciendo su atractivo turístico y su compromiso con el desarrollo sostenible.

2.1.2. Reducción de plásticos

El uso de plásticos de un solo uso es uno de los principales desafíos ambientales, eliminar estos plásticos en sectores como el turismo es esencial, para proteger los ecosistemas y reducir la contaminación global.

Según Cortes, K. (2022) el plástico:

Polímero sintético hecho por el hombre, como un material ligero, higiénico y resistente que se puede moldear de distintas maneras y utilizar en una amplia gama de aplicaciones, incluye aditivos químicos en su composición, los cuales son agregados para brindar características particulares, como no oxidantes, no corrosivos, no biodegradables. (p.9)

El plástico, debido a su versatilidad y propiedades únicas, ha revolucionado múltiples industrias, desde la medicina hasta la tecnología, siendo fundamental en la vida cotidiana, su durabilidad, que lo hace ideal para una gran variedad de usos. También lo convierte en un problema ambiental cuando no se gestiona adecuadamente, su resistencia a la degradación natural significa, que puede perdurar en el medio ambiente durante siglos, contribuyendo a la acumulación de residuos plásticos en océanos, ríos y suelos, afectando gravemente los ecosistemas.

El reciclaje de plásticos ha sido una de las soluciones propuestas, aunque su efectividad se ve limitada por la dificultad de procesar algunos tipos de plásticos. La creciente producción y el uso desmedido de plásticos, de un solo uso, subraya la urgencia de encontrar alternativas sostenibles, que reduzcan el impacto ambiental y promuevan un uso más responsable de este material.

2.1.3. Aumento del reciclaje

La gestión adecuada de los residuos, mediante el reciclaje, no solo minimiza el impacto ambiental, también educa a los turistas sobre la importancia de prácticas sostenibles.

En Finlandia, el reciclaje es un modelo por seguir, ya que lograron reciclar el 99% de sus residuos municipales en 2017. Cada edificio cuenta con contenedores de reciclaje, lo

que promueve la participación de los ciudadanos. Además, la economía circular juega un papel crucial en el país, reutilizando materiales para la creación de nuevos productos y extendiendo la vida útil de los materiales. Francia, por su parte, tiene como objetivo eliminar los plásticos de un solo uso para 2025 y alcanzar una tasa de reciclaje del 100% para los plásticos. El sistema de reciclaje se apoya en un enfoque descentralizado, con regulaciones que varían según las regiones, y sanciones económicas para quienes no reciclan correctamente. (Díaz, A. 2020)

La implementación de políticas efectivas de reciclaje, como las de Finlandia y Francia, sirve como un ejemplo destacado para otros países, que buscan mejorar sus prácticas de gestión de residuos. Estas iniciativas no solo promueven la reducción de desechos en vertederos, sino que también fortalecen la conciencia ambiental en las comunidades, fomentando una cultura de responsabilidad compartida.

Por otra parte, países como Finlandia, que han integrado exitosamente modelos de economía circular, demuestran que la reutilización de materiales no solo es viable, sino también rentable, mientras que enfoques ambiciosos, como el de Francia para eliminar plásticos de un solo uso, subrayan la importancia de regulaciones estrictas y objetivos a largo plazo.

Implementar medidas también puede ser un reto como sucede en Canarias, en donde se presentan importantes retos, especialmente en lo que respecta a la separación y reciclaje de residuos domésticos. La *ratio* entre la cantidad de residuos recogidos de forma separada y el total de los residuos domésticos generados indica una debilidad en el modelo de gestión regional. Solo alrededor del 20% de los residuos domésticos son separados para su reciclaje o tratamiento, lo que implica que cerca de un millón de toneladas de residuos se entierran en vertederos, sin tratamiento previo cada año. Esta cifra está muy por debajo de los objetivos de reciclaje, establecidos a nivel nacional para la presente década. A pesar de este déficit histórico, se observa una mejora desde 2014 en las tasas de separación de residuos, aunque las tendencias aún no son suficientes, para cumplir con los objetivos de reciclaje y sostenibilidad. La falta de monitoreo y visibilidad, sobre la generación de residuos provenientes del sector turístico, agrava la situación. (Cortes, K. 2022)

A pesar de los avances logrados en los últimos años, el caso de las Islas Canarias refleja los desafíos significativos, que conlleva implementar medidas efectivas de reciclaje y sostenibilidad, especialmente en regiones con alta actividad turística, este panorama, lejos de los objetivos nacionales de reciclaje, destaca la necesidad de que se utilice un enfoque más integral y coordinado, que incluya monitoreo efectivo y estrategias específicas para sectores clave como el turismo, cuya contribución al problema no está suficientemente cuantificada. El caso de Canarias ilustra cómo, sin el compromiso y la participación activa de las comunidades y sectores económicos, los esfuerzos por alcanzar la sostenibilidad pueden enfrentar barreras difíciles de superar.

2.2. Hotel Punta Islita

El Hotel Punta Islita, situado en Costa Rica, se ha destacado como un referente en turismo sostenible, ofreciendo una experiencia que respeta y promueve el entorno natural. Costa Rica, reconocida mundialmente por su liderazgo en turismo responsable, tiene su territorio protegido por ecosistemas naturales, lo que subraya el fuerte compromiso del país con la conservación y sostenibilidad ambiental. (ICT, 2020)

Inaugurado en 1994, este hotel ha sido un pilar en el desarrollo de la comunidad, que anteriormente se dedicaba principalmente a la ganadería y la agricultura. Su apertura representó un reto debido a las condiciones de acceso en aquel entonces, pero también abrió oportunidades laborales para los habitantes locales. Desde sus inicios, el hotel ha priorizado la capacitación del personal, contando con colaboradores que han estado desde su inauguración y que han crecido profesionalmente dentro de la organización.

Además de su enfoque en la hospitalidad, el hotel ha impulsado iniciativas culturales y educativas, estableciendo alianzas con artistas nacionales e internacionales, para ofrecer cursos a la comunidad, como talleres de ocarina y marimba.

Este compromiso se refleja en las prácticas sostenibles, implementadas en el hotel, como el manejo adecuado de recursos, la promoción de la biodiversidad y la minimización de la huella ecológica, lo que lo convierte en un destino ideal para los viajeros, conscientes de su impacto ambiental.

2.2.1. Prácticas sostenibles implementadas

El Hotel Punta Islita ha integrado una serie de iniciativas sostenibles, que abarcan varios aspectos clave de la operación hotelera, las cuales incluyen el uso de energía renovable, el tratamiento eficiente de aguas residuales y programas de conservación de la flora y la fauna locales.

Morazán, P. (2021) cita a la Comisión Brundtland, la cual explica que: “El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. (p.305)

La implementación de prácticas sostenibles no solo responde a una necesidad ambiental, sino que también se ha convertido en un factor diferenciador dentro del sector hotelero. Como menciona la Comisión Brundtland, citada por Morazán (2021), el desarrollo sostenible implica un enfoque que equilibre las necesidades actuales y futuras. En este contexto, al reducir el uso de plásticos y fomentar el reciclaje, el Hotel Punta Islita no solo contribuye a la conservación del entorno, sino que fortalece su posicionamiento como un destino comprometido con la sostenibilidad, lo que puede influir en la percepción y lealtad de los huéspedes.

El hotel está alineado con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), integrando una estrategia de sostenibilidad basada en tres pilares fundamentales:

1. **Ética y Transparencia:** Se asegura una operación responsable en sus hoteles y restaurantes, promoviendo el bienestar de los colaboradores y un ambiente laboral justo y equitativo.
2. **Protección Ambiental:** Se implementan estrategias para la conservación de los recursos naturales, minimizando el impacto ecológico y fomentando prácticas sostenibles entre empleados y huéspedes.
3. **Gestión Responsable de Proveedores:** Se trabaja con proveedores comprometidos con la sostenibilidad, garantizando productos y servicios alineados con estos principios.

Según los informes del hotel, estas medidas ayudan a reducir su impacto ambiental y también contribuyen directamente, con el bienestar de las comunidades locales. Por medio de la creación de empleos verdes, el apoyo a los proyectos comunitarios y la colaboración con productores locales, el Hotel Punta Islita genera un impacto económico positivo en la región, promoviendo un modelo de turismo que beneficia, tanto el medio ambiente, como a las personas que viven en las cercanías.

El compromiso del Hotel Punta Islita, con la sostenibilidad, es una de las principales características que lo distingue, como un referente en turismo responsable en Costa Rica.

2.2.2. Reducción de plásticos y reciclaje

Una de las estrategias clave del Hotel Punta Islita, para fomentar la sostenibilidad, es la eliminación de plásticos de un solo uso y la implementación de estaciones de reciclaje accesibles para huéspedes y empleados.

El hotel ha desarrollado un programa sólido de sostenibilidad, con iniciativas clave para reducir su impacto ambiental:

- **Reducción del plástico de un solo uso:** Se ha logrado disminuir el plástico en más del 60% mediante la eliminación de botellas plásticas, la implementación de botellas de vidrio reutilizables, estaciones de recarga de agua y empaques biodegradables.
- **Optimización del uso de recursos:** Se monitorea constantemente el consumo de electricidad y agua, para identificar oportunidades de ahorro y evitar desperdicios. Se realizan análisis periódicos para comprender variaciones en el consumo y mejorar la eficiencia energética.
- **Concienciación ambiental:** Se llevan a cabo programas de sensibilización para empleados y huéspedes, fomentando la cultura del reciclaje y el uso responsable de los recursos.
- **Limpieza de playas:** Como parte de su compromiso con el entorno, el hotel organiza jornadas de limpieza, de una a dos veces al mes, involucrando a colaboradores y miembros de la comunidad.

- **Gestión integral de residuos:** El hotel cuenta con un Sistema Integral de Desechos (SID) que permite la correcta separación y reciclaje de residuos, beneficiando tanto la operación interna como a los habitantes de la zona. Se está trabajando en conjunto con la municipalidad para fortalecer esta iniciativa. Además, en habitaciones, restaurantes y áreas comunes, se han instalado estaciones de reciclaje para facilitar la separación de residuos.

Con esta iniciativa se busca, reducir significativamente la cantidad de desechos no biodegradables generados en sus instalaciones, alineándose con los objetivos globales de reducir el impacto ambiental del turismo. El hotel ha reemplazado los plásticos de un solo uso, como botellas, pajillas y envases, por alternativas reutilizables o biodegradables, y ha implementado sistemas de reciclaje, que garantizan una correcta gestión de los desechos.

Estas estaciones de reciclaje están diseñadas, para facilitar la separación de materiales como papel, vidrio, plásticos y residuos orgánicos, promoviendo la participación activa, tanto de los visitantes como del personal, en las prácticas responsables. El hotel complementa estas medidas con campañas educativas que sensibilizan a los huéspedes, sobre la importancia del reciclaje y su impacto en la conservación del entorno natural.

Al adoptar estas acciones, el Hotel Punta Islita no solo disminuye su huella ecológica, sino que también refuerza su posicionamiento como un destino turístico sostenible. Este enfoque contribuye a proyectar una imagen de marca que atrae a viajeros conscientes del medio ambiente y comprometidos con la protección de los ecosistemas, consolidando su reputación como un modelo por seguir, en la industria del turismo responsable.

2.2.3. Competitividad y diferenciación en el mercado

Según Porter (1985) citado por Seminario, A (2023), una empresa tiene ventaja competitiva si su rentabilidad está por encima del promedio de su sector, se puede lograr a través de costos más bajos, mayor valor percibido por los clientes, o una combinación de ambas estrategias. La clave no es necesariamente ser el mejor en el servicio, sino ofrecer un atributo que los consumidores valoren y los motive a preferir la oferta, frente a la competencia.

En el caso de un ecohotel, la ventaja competitiva puede estar en la exclusividad del servicio, en comunidades donde no hay alternativas similares; esto no solo evita la competencia directa, sino que introduce una oferta que complementa los atractivos turísticos locales, posicionando al ecohotel como un servicio innovador, lo cual proporciona una ventaja estratégica, permitiendo captar el mercado local y consolidarse como un referente sostenible en la región, mientras se trabaja para mantener la ventaja, mediante adaptaciones constantes a las necesidades del sector. (Seminario, A. 2023)

La ventaja competitiva, en el caso de un ecohotel, no solo radica en la exclusividad de su servicio, sino también en su capacidad para generar valor agregado a través de prácticas sostenibles y experiencias únicas que resuenen con los consumidores; lograr esta ventaja en un mercado dinámico es indispensable, para fortalecer la posición competitiva del ecohotel. Por ejemplo, implementar nuevas tecnologías verdes, diversificar las ofertas turísticas o establecer alianzas estratégicas con actores locales, puede garantizar que la propuesta de valor siga siendo relevante y atractiva.

Bores, A. (2024) realiza un análisis de dos autores donde explica lo siguiente:

En este contexto, autores como Jones, Hillier y Comfort (2024) destacan la importancia de la sostenibilidad en el sector hotelero, argumentando que las empresas que adoptan prácticas sostenibles no solo ganan ventajas competitivas, sino que también obtienen beneficios financieros a largo plazo y fortalecen su reputación y lealtad de los clientes. Además, investigaciones recientes de Rhou y Signal (2019) han demostrado que la sostenibilidad en hoteles de lujo puede generar un impacto positivo en la experiencia del cliente, mejorando la percepción de la marca y aumentando la disposición a pagar por servicios y productos sostenibles. (p.7)

La sostenibilidad se ha convertido en un pilar fundamental, para el desarrollo de estrategias en el sector hotelero; en este sentido, implementar prácticas sostenibles responde a la creciente demanda de viajeros conscientes, pero también permite a las empresas diferenciarse en un mercado competitivo. Como indican Jones, Hillier y Comfort (2024), los

beneficios van más allá de lo ambiental, al impactar positivamente en la reputación y en la fidelidad de los clientes, lo que a su vez se traduce en ventajas financieras a largo plazo. Esto realza, la forma como la integración de la sostenibilidad puede ser una inversión, que garantiza rentabilidad y relevancia en un entorno global, cada vez más orientado hacia la responsabilidad social corporativa.

Por otra parte, investigaciones como las de Rhou y Signal (2019) refuerzan la relación directa entre las prácticas sostenibles y la experiencia del cliente, especialmente en el segmento de hoteles de lujo, la percepción de una marca comprometida con el medio ambiente mejora significativamente la satisfacción de los huéspedes, quienes no solo valoran la responsabilidad ambiental, sino que también están dispuestos a pagar más por servicios que reflejen estos valores, lo cual demuestra que la sostenibilidad no solo debe entenderse como un compromiso ético, sino como una herramienta clave, para aumentar la competitividad y el posicionamiento en el mercado.

2.3. Percepción del Cliente

La percepción del cliente es un factor determinante, en la evaluación de la eficacia de las prácticas sostenibles, ya que influye directamente en la medida como los huéspedes valoran y experimentan los esfuerzos de un hotel o destino turístico, en cuanto a su compromiso con el medio ambiente y la responsabilidad social.

2.3.1. Satisfacción de los clientes

La satisfacción del cliente es una percepción, que surge al comparar las expectativas previas sobre un producto o servicio, con la experiencia obtenida o los resultados alcanzados. Si estos resultados no cumplen con las expectativas, el cliente se siente insatisfecho. Cuando los resultados cumplen con las expectativas, el cliente se siente satisfecho, y si superan lo esperado, el cliente experimenta una alta satisfacción o incluso entusiasmo. (Kotler y Keller, 2016)

Garantizar la satisfacción del cliente implica, no solo proporcionar un alojamiento cómodo, sino también ofrecer un servicio personalizado, sostenible y alineado con las expectativas ecológicas de los visitantes. Al superar estas expectativas, el ecohotel no solo

fomenta la satisfacción, también crea embajadores de la marca, que contribuyen a fortalecer su reputación y atraer a nuevos clientes a través de recomendaciones positivas.

Según Mahecha, O. *et al.* (2020) definen dicho término:

La satisfacción del cliente es uno de los principales indicadores de la calidad de un servicio. Dadas las características propias de un servicio, la relación entre percepciones y expectativas es relativa a cada cliente en particular. Además, expone los métodos para obtener información acerca de la satisfacción que posee el cliente sobre el servicio que brinda una organización. (p.2)

Para medir esta satisfacción, es fundamental implementar métodos que permitan recolectar información precisa sobre las experiencias de los clientes. Estas herramientas pueden incluir encuestas, entrevistas o sistemas de retroalimentación directa, que ayudan a identificar áreas de mejora y también fortalecen la relación con los usuarios, al demostrar interés genuino por sus opiniones.

Kotler, P. (2019) afirma que:

La cadena del valor identifica nueve actividades relevantes en términos de estrategia que generan valor y costo en un negocio específico, éstas comprenden cinco actividades primarias (parte inferior de dibujo) y cuatro actividades de apoyo (parte superior de dibujo). Las actividades primarias representan la secuencia de llevar materiales a la empresa, operar con base en esos materiales, comercializarlos y darles servicio. Las actividades de apoyo tienen lugar al mismo tiempo que se desarrollan estas actividades primarias. (p.10)

La cadena de valor propuesta permite a las empresas, analizar detalladamente cómo cada actividad contribuye a la generación de valor para el cliente y a la optimización de costos dentro de su modelo de negocio. Estas actividades primarias, como la logística de entrada,

operaciones, logística de salida, mercadotecnia, y servicios, se encargan de transformar los insumos en productos o servicios terminados, que llegan al consumidor final.

Por otro lado, las actividades de apoyo, como la gestión de recursos humanos, el desarrollo tecnológico, las adquisiciones y la infraestructura de la empresa, ofrecen el soporte necesario para que las actividades primarias se ejecuten de manera eficiente y alineada, con los objetivos estratégicos del negocio. Este enfoque integral permite, identificar oportunidades de mejora y crear ventajas competitivas al optimizar cada eslabón de la cadena, fortaleciendo la posición de la empresa en el mercado.

Kotler, P. (2019) también explica el costo de perder clientes y plantea lo siguiente:

Las compañías están obligadas a observar con cuidado la cantidad de clientes que pierden y a emprender acciones de inmediato para disminuir la pérdida. Los pasos para seguir son cuatro:

1. La compañía tiene que definir y cuantificar la cantidad de clientes que mantiene.
2. Debe distinguir los distintos motivos por los que se genera disgusto entre los clientes e identificar aquellos que pueden administrarse mejor.
3. Necesita estimar que tantas utilidades deja de percibir cuando pierde a un cliente. Valor de vida útil del consumidor: las utilidades que él generaría si hubiera seguido comprando a lo largo del número normal de años.
4. La compañía necesita saber qué tanto cuesta reducir la cantidad de deserciones. (p.11)

Este enfoque implica, no solo identificar la tasa de retención de clientes, sino también profundizar en las razones que generan insatisfacción, para abordarlas de manera proactiva. Comprender el "valor de vida útil del consumidor" permite a las empresas, cuantificar el impacto financiero de la pérdida de un cliente, lo cual subraya la relevancia de invertir, en medidas que reduzcan las tasas de abandono

2.3.4. Aumento del turismo sostenible

Un informe de Booking (2023) explica que:

Las barreras para viajar de manera más sostenible parecen más altas que nunca, y se han producido algunos cambios reveladores en los últimos 12 meses. Más de la mitad (56%) de los viajeros cree que no hay suficientes opciones de viajes sostenibles, mientras que el 75% quiere que las empresas de viajes ofrezcan opciones de viaje más sostenibles (un 69% respecto a 2022). A pesar de sus buenas intenciones, el 45% de las personas que viajan no sabe dónde encontrar opciones más sostenibles. Por ejemplo, el 74% busca experiencias auténticas que sean representativas de la cultura local, pero en claro contraste, el 43% no sabe cómo ni dónde encontrar estos tours y actividades que garanticen que redundarán en beneficio de la comunidad local. (párr.5)

El informe de Booking (2023) revela una desconexión interesante entre el deseo de los viajeros de adoptar prácticas más sostenibles y la falta de opciones accesibles y claras en el mercado, aunque la mayoría de los turistas muestra un creciente interés por opciones sostenibles. Como lo demuestra el aumento del 75% en la demanda de estas alternativas, persisten importantes barreras, como la falta de conocimiento sobre dónde encontrarlas, lo cual señala una oportunidad para las empresas turísticas, de no solo ofrecer opciones más sostenibles, sino también de educar y facilitar a los viajeros, el acceso a experiencias que sean auténticas y beneficien a las comunidades locales.

Figura 1. Acciones sostenibles realizadas durante las vacaciones



Fuente: Booking.com. (2023). *Informe sobre turismo sostenible 2023*.

La imagen destaca, diversas acciones sostenibles realizadas por los viajeros durante sus vacaciones, entre las cuales el reciclaje de basura alcanzó el 55% de adopción, con lo que se posicionó como una práctica relevante, pero menos prioritaria en comparación con acciones como apagar luces y electrodomésticos (75%) o reutilizar toallas (66%). Aunque más de la mitad de los turistas muestran conciencia sobre la correcta gestión de residuos, este porcentaje sugiere que aún hay margen para promover el reciclaje, como una prioridad ambiental en los viajes.

2.4. Turismo Sostenible en Costa Rica

Según menciona Villamil, V. (2024):

Con menos del 1% de la superficie terrestre del planeta, Costa Rica alberga el 6,5% de la biodiversidad mundial y el 3,5% de la vida marina. Este pequeño país se enorgullece de sus esfuerzos pioneros en la conservación ambiental. Desde 1990, Costa Rica ha duplicado el tamaño de sus bosques y actualmente el 59% de su territorio está cubierto de vegetación. Además, el 25% del país está designado como

áreas protegidas, garantizando la preservación de su riqueza natural para las generaciones futuras. (párr.2)

Este enfoque de conservación de la biodiversidad no solo refleja, el compromiso de Costa Rica con el medio ambiente, sino que también resalta su papel como líder global en el turismo sostenible. La implementación de políticas de protección ambiental, como la ampliación de áreas protegidas y la reforestación, ha sido fundamental para mantener un equilibrio ecológico, permitiendo que el país sea reconocido por su esfuerzo en la preservación de ecosistemas únicos.

La conservación de la biodiversidad en Costa Rica se ha convertido en un pilar estratégico del turismo, atrayendo a turistas interesados en experiencias de ecoturismo que valoran la sostenibilidad y el respeto por la naturaleza, lo que demuestra cómo el desarrollo del turismo y la conservación del medio ambiente pueden trabajar en conjunto para generar beneficios económicos y sociales, al tiempo que se protege el patrimonio natural.

El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) destaca que el Consejo Global de Turismo Sostenible otorgó a Costa Rica, un reconocimiento internacional por su continuo esfuerzo, en el desarrollo y promoción del turismo sostenible. Este reconocimiento valida la norma del Certificado de Sostenibilidad Turística (CST) del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y eleva su credibilidad global al alinearse con los estándares internacionales para la gestión sostenible, la promoción de beneficios sociales y económicos para las comunidades locales, la conservación del patrimonio cultural y la reducción de la contaminación.

Este premio destaca el trabajo de Costa Rica como destino turístico sostenible, evolucionando del ecoturismo hacia un enfoque más integral, que promueve una conciencia ecológica y ambiental en las empresas turísticas, con acciones concretas de sostenibilidad, que benefician a las comunidades y generan encadenamientos productivos.

El Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC) también indicó, que la norma CST 2.0 de Costa Rica es ahora equivalente a los Criterios de la Industria del GSTC, lo que refuerza la confianza y credibilidad de los consumidores en el turismo sostenible. Los criterios abarcan aspectos sociales, culturales, además de ambientales y coinciden con los

pilares del CST, promoviendo la sostenibilidad integral en el sector turístico. La certificación CST, implementada por el ICT desde 1997, reconoce el esfuerzo de las empresas turísticas costarricenses, por mitigar los impactos negativos de sus operaciones y fortalecer el desarrollo social, cultural y económico en los destinos turísticos. (ICT, 2020)

Este respaldo internacional, fortalece la posición de Costa Rica como líder en turismo sostenible, al alinearse con los estándares globales establecidos por el GSTC, la implementación de la norma CST 2.0 no solo refuerza la credibilidad del país, en el ámbito internacional, sino que también establece un compromiso continuo con la mejora de las prácticas turísticas que respetan y promueven la biodiversidad, el desarrollo económico local y el bienestar social.

2.4.1. Impacto en las comunidades locales

De acuerdo con Villamil, V. (2024):

El compromiso con el desarrollo sostenible no termina con la estadía en los hoteles de Costa Rica. De hecho, se inicia allí. Algunos hoteles, como Westin Reserva Conchal y W Costa Rica, destinan un porcentaje de sus ganancias a una cuenta de inversión social que financia proyectos comunitarios, como la construcción de estaciones de policía y la donación de equipos a centros de salud. Por su parte, el Costa Rica Marriott y Los Sueños Marriott, aportan a fondos que respaldan proyectos de ONG locales, como la intervención del espacio público y el apoyo a hogares de niños necesitados. (párr.8)

Estas acciones contribuyen de diversas maneras al bienestar social, económico y ambiental de las comunidades, los proyectos financiados por los hoteles, como la construcción de estaciones de policía o la provisión de equipos a centros de salud, contribuyen directamente a mejorar los servicios públicos y la seguridad en las comunidades.

Las donaciones y el apoyo a centros de salud, y hogares de niños en riesgo, necesitan ayuda para acceder a recursos fundamentales y al invertir en proyectos de ONG y fondos que

respaldan la intervención del espacio público, los hoteles contribuyen a la creación de un entorno más atractivo para el turismo, lo cual a su vez favorece el desarrollo económico de la comunidad. Este enfoque también puede generar empleos y fomentar el comercio local, de modo que beneficia a empresas pequeñas y medianas.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de la investigación

Esta investigación se basa en un enfoque cualitativo, para abordar el análisis de las prácticas sostenibles implementadas en el Hotel Punta Islita. La naturaleza cualitativa de este estudio radica en la exploración de la percepción de los clientes, en cuanto a las iniciativas de reducción de plásticos y el aumento del reciclaje, así como en la recopilación de información, sobre las actitudes de los huéspedes hacia el turismo sostenible y las decisiones de la gerencia del hotel.

El enfoque cualitativo, Piña, L. (2023) lo describe como:

La investigación cualitativa aborda los significados, las acciones de los individuos y la manera en que estos se vinculan con otras conductas propias de la comunidad; además que conlleva a explicar los hechos sociales, buscando la manera de comprenderlos. De la misma manera, analiza, interpreta y comprende la realidad estudiada tal como aparece, esto es, tal como es y se da, situación que la hace caracterizar como una metodología fenomenológica. Así también ayuda teóricamente a interpretar y comprender la intersubjetividad como formas de obtener la verdad de la realidad, la interpretación de la forma de pensar del sujeto, quien es que da la información y actúa como ser pensante y participativo en la interpretación de su realidad. (párr.7)

Este enfoque se apoya en entrevistas, encuestas y análisis de la percepción de los clientes, lo que permite comprender las motivaciones, detrás de la satisfacción y lealtad de los huéspedes, en relación con las prácticas ambientales del hotel, así como las expectativas de los clientes sobre la sostenibilidad.

3.2. Diseño de la investigación

El alcance de la investigación se sitúa en un paradigma exploratorio y descriptivo, fundamentado en la exploración de un tema poco investigado y novedoso, pero enfocado en el sector turístico, específicamente en la implementación de prácticas sostenibles en el Hotel Punta Islita.

Según Hernández, R. & Mendoza, C. (2018), menciona que:

"Los estudios exploratorios se llevan a cabo cuando el propósito es examinar un fenómeno o problema de investigación nuevo o poco estudiado, sobre el cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas". (p. 106)

En este caso, la investigación tiene un alcance exploratorio, ya que se adentra en el análisis de cómo la reducción de plásticos y el aumento del reciclaje impactan en la percepción del cliente y en la competitividad del hotel, aspectos que no han sido suficientemente investigados en el contexto local de Hojancha, Guanacaste. Este enfoque exploratorio permitirá generar información relevante para futuros estudios, identificar conceptos clave y proporcionar una base sólida para investigaciones más rigurosas, en el ámbito del turismo sostenible.

Además, la investigación adopta una temporalidad transversal, lo que significa que los datos se recogerán en un momento específico, centrado en el tercer cuatrimestre del 2024.

Respecto al enfoque de investigación mixto, se selecciona un diseño explicativo secuencial (DEXPLOS), donde se prioriza el método cualitativo.

Este diseño secuencial tiene como objetivo combinar ambos enfoques, cualitativo y cuantitativo, para proporcionar una comprensión más completa y profunda del impacto de las prácticas sostenibles en el Hotel Punta Islita.

3.3. Fuentes de Información

3.3.1. Fuentes primarias

Hernández, R. & Mendoza, C. (2018) indican al respecto, que “Las referencias o fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes”. (p.72)

Las fuentes primarias comprenden materiales originales y de primera mano, que proporcionan información directa sobre el tema o fenómeno investigado. Estos recursos incluyen documentos o evidencias, creados por personas que presenciaron o participaron en los eventos descritos. Ejemplos de fuentes primarias pueden ser testimonios escritos, como diarios personales, cartas, autobiografías o correspondencia entre individuos. También abarcan objetos físicos como monedas, artefactos históricos, fotografías y artículos periodísticos contemporáneos, que ofrecen una visión directa de un momento o suceso particular. En el ámbito académico, también se consideran fuentes primarias las investigaciones originales, los estudios de campo, o cualquier material que ofrezca un acceso sin intermediarios al tema en cuestión.

En este estudio, como fuentes primarias se van a realizar encuestas a los huéspedes del Hotel.

3.4. Población y Muestra

La población y muestra son un conjunto de personas importantes en un estudio, Hernández, S., Mendoza C. (2017) las definen de la siguiente manera:

Una muestra es un subgrupo de la población o universo que te interesa, sobre la cual se recolectarán los datos pertinentes, y deberá ser representativa de dicha población (de manera probabilística, para que puedas generalizar los resultados encontrados en la muestra a la población). El universo o población es definido o, al menos perfilado, desde el planteamiento del problema. (p.196)

En esta investigación, la población presentada son todos los hombres y mujeres de 18 a 65 años que hayan visitado el Hotel Punta Islita.

El tipo de muestreo que se utiliza en esta investigación fue no probabilístico, ya que no se cuenta con un marco muestra para el cálculo de esta y la selección de las unidades de estudio.

Para obtener la muestra se utiliza el método de cadena o bola de nieve, el cual consiste en buscar un grupo de personas con características similares que cumplan las de la población de estudio establecida; la encuesta se realiza por medio del correo electrónico, WhatsApp, Facebook e Instagram del Hotel Punta Islita.

Hernández, S., Mendoza C. (2017) explican que: “Los conceptos, hipótesis y teorías en los estudios cualitativos son explicaciones de lo que se ha vivido, observado, analizado y evaluado en profundidad. La teoría emana de las experiencias de los participantes y se fundamenta en los datos”. (p.498)

3.5. Tamaño de la muestra

Se establece el tamaño de la muestra en 100 unidades de estudio, considerando que es una cantidad significativa.

3.6. Variables o Unidades de Análisis

Tabla 1. Variables

Objetivo Específico	Variable	Indicadores	Definición Conceptual	Definición Operacional	Definición Instrumental
Evaluar el impacto de las prácticas sostenibles en la percepción del cliente y en la competitividad del Hotel Punta Islita, Hojancha, Guanacaste a partir de la reducción de plásticos y el aumento del	Prácticas sostenibles	Reducción de plásticos. Aumento de actividades de reciclaje.	Las prácticas sostenibles buscan minimizar el impacto ambiental y promover un uso responsable de los recursos.	Implementación de acciones sostenibles en el Hotel Punta Islita que incluyan la reducción de plásticos y el fomento del reciclaje.	Análisis de las prácticas de sostenibilidad del hotel mediante encuestas a clientes.

reciclaje durante el tercer cuatrimestre del año 2024.					
Analizar el impacto de las prácticas sostenibles en la percepción de marca y la lealtad de los clientes en el Hotel Punta Islita, Hojancha, Guanacaste, durante el tercer cuatrimestre del año 2024.	Percepción de marca.	Satisfacción del cliente. Lealtad del cliente.	La percepción de marca es la forma en que los consumidores interpretan y valoran una marca en función de sus experiencias.	Medir la satisfacción y lealtad de los clientes del Hotel Punta Islita tras la implementación de prácticas sostenibles.	Encuestas a huéspedes sobre su satisfacción y lealtad hacia el hotel, con base en las prácticas sostenibles.
Identificar la relación entre las prácticas sostenibles y la satisfacción del huésped en el Hotel Punta Islita, Hojancha, Guanacaste, durante el tercer cuatrimestre del año 2024.	Satisfacción del huésped	Opiniones sobre el uso de plásticos. Grado de satisfacción general.	La satisfacción del huésped se refiere a la experiencia general de los clientes en relación con los servicios ofrecidos.	Evaluar cómo la reducción de plásticos de un solo uso impacta en la experiencia del huésped.	Encuestas para recolectar opiniones sobre la satisfacción, con respecto a la reducción de plásticos.

Explicar el efecto del aumento de las actividades de reciclaje en la reputación del hotel y su atractivo para clientes ecológicamente conscientes, durante el tercer cuatrimestre del año 2024.	Reputación del hotel.	Opiniones sobre reciclaje. Percepción de eco-amigabilidad.	La reputación se refiere a la percepción pública que tiene un hotel en función de sus acciones y comportamientos.	Analizar cómo las iniciativas de reciclaje afectan la reputación del Hotel Punta Islita.	Encuestas para medir la percepción pública sobre las prácticas de reciclaje del hotel.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------	------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------

3.7. Instrumentos

El instrumento de recolección que se utilizó fue la encuesta. Se obtuvieron los datos de forma estandarizada y rápida, además de que en forma *online* se obtiene un mayor alcance y se puede compartir masivamente por redes sociales.

Según Ávila, H, González, M & Licea, S. (2020) existen dos formas principales de recopilar información mediante entrevistas:

La entrevista en sí misma y el cuestionario o encuesta, es importante aclarar un aspecto teórico en este contexto: ambos métodos, al igual que las pruebas o tests, utilizan cuestionarios. Por lo tanto, no es adecuado asociar el cuestionario únicamente con las encuestas, no deben considerarse como iguales, ya que cada método tiene características propias y distintivas. (p.64)

Con esta investigación, se pretende responder a la pregunta central del estudio, abordando el objeto principal que se espera desarrollar, para obtener resultados significativos. El análisis detallado de la unidad de estudio es fundamental para incrementar las probabilidades de obtener una investigación sólida y fructífera. A través de una

comprensión profunda de los factores en juego, se aspira a ofrecer un panorama claro sobre los efectos de las prácticas sostenibles en el ámbito hotelero, específicamente en el Hotel Punta Islita, Hojancha, Guanacaste.

3.8. Revisión Bibliográfica

Una revisión bibliográfica es un componente esencial del trabajo académico, ya que permite estructurar artículos científicos, trabajos de fin de grado, maestrías o tesis. Su propósito principal es realizar una investigación documental, basada en la recopilación de información ya existente, sobre un tema o problema determinado. Al analizar una amplia variedad de fuentes como revistas científicas, artículos especializados, libros, archivos y otros trabajos académicos, se busca obtener una comprensión profunda y actualizada del estado del tema en cuestión. Este tipo de revisión no solo facilita una visión global del campo de estudio, sino que también ayuda a identificar vacíos en la investigación existente, orientar futuras investigaciones y proporcionar un marco teórico sólido para el trabajo académico.

3.9. Proceso para la Recolección y Análisis de Datos

Hernández, S., Mendoza C. (2018) expresan que “Toda medición o instrumento de recolección de datos cuantitativos debe reunir tres requisitos esenciales: confiabilidad, validez y objetividad”. (p.302)

Microsoft Office Excel será utilizado como una herramienta clave, para almacenar la información recolectada y facilitar la creación de gráficos, que resuman los datos obtenidos, al conectarse con Google Forms, Excel permite la generación automática de un documento, que contiene todos los datos del cuestionario, optimizando así el proceso de análisis. El enfoque para analizar la información recolectada, en esta investigación, consistirá en técnicas descriptivas utilizando gráficos y tablas, que facilitarán la interpretación de los datos, necesarios para poder analizar y responder las preguntas de investigación planteadas.

Las fases de la investigación son las siguientes:

- Selección del tema de investigación.
- Ejecución del tema de investigación.
- Recolección de datos bibliográficos.
- Realización de entrevistas a profundidad.

- Desarrollo de la información.
- Conclusiones y recomendaciones.

Estas fases permiten ejecutar un estudio, bien fundamentado en el conocimiento teórico y práctico, mediante el análisis de fuentes bibliográficas confiables y la realización de encuestas.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo, se presentan los resultados obtenidos de las 100 encuestas aplicadas a los huéspedes del Hotel Punta Islita.

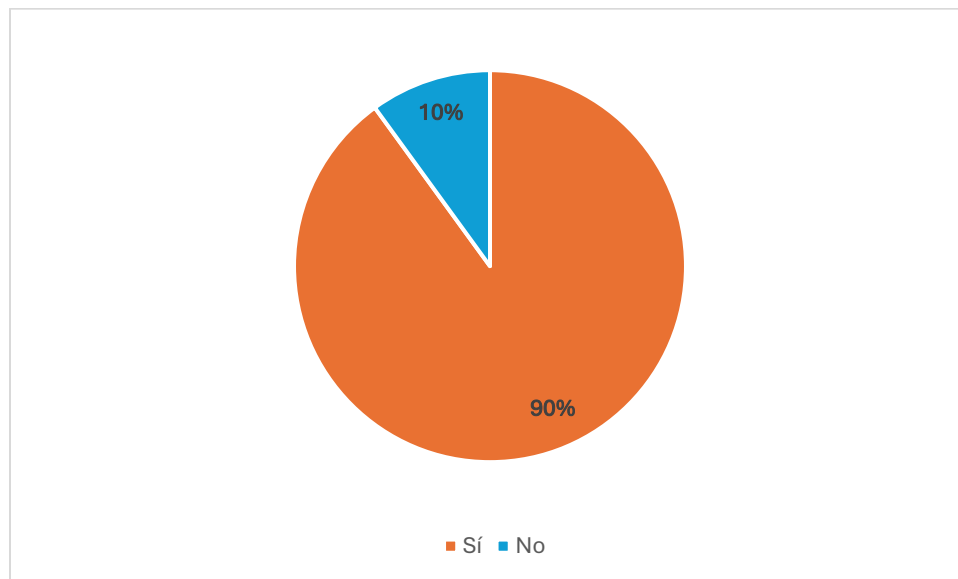
Tabla 2. Porcentaje de huéspedes primerizos en el Hotel Punta Islita

Primera vez que se hospeda	Cantidad	Cantidad relativa
Sí	90	90 %
No	10	10 %
Total	100	100 %

Percepción sobre las Prácticas Sostenibles

En el siguiente apartado se presentan los resultados de las encuestadas aplicadas a los huéspedes en donde se pretende conocer la percepción sobre las prácticas sostenibles en el Hotel Punta Islita.

Figura 2. Porcentaje de huéspedes primerizos en el Hotel Punta Islita

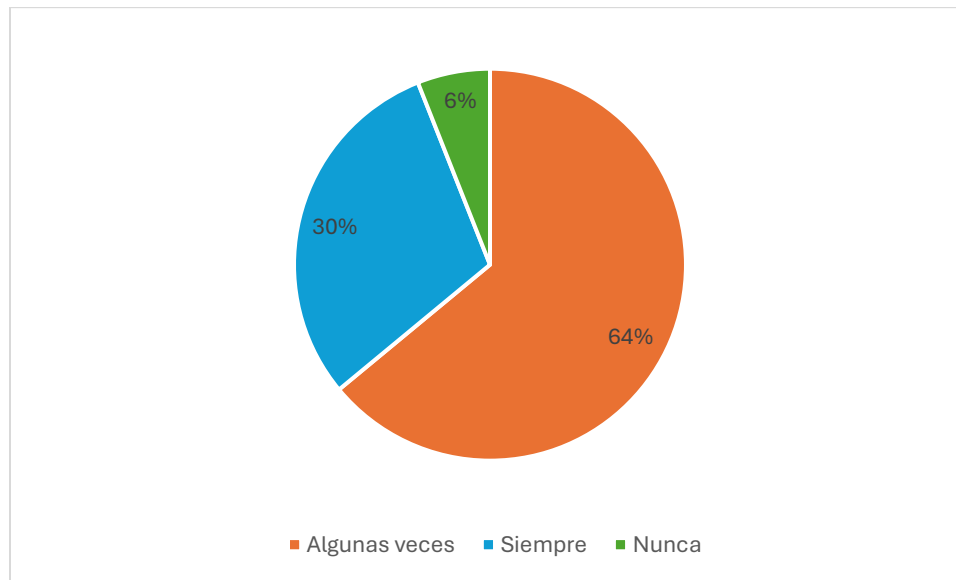


Los resultados reflejan, que el 90 % de los huéspedes encuestados se hospedaban en el Hotel Punta Islita por primera vez, mientras solo el 10 % ya había visitado el hotel en ocasiones anteriores.

Tabla 3. Frecuencia de visita a hoteles o *resorts* sostenibles

Frecuencia de visita a hoteles o <i>resorts</i> sostenibles	Cantidad	Cantidad relativa
Algunas veces	64	64 %
Siempre	30	30 %
Nunca	6	6 %
Total	100	100 %

Figura 3. Frecuencia de visita a hoteles o *resorts* sostenibles



Los datos reflejan una mayor preferencia de los huéspedes por el turismo sostenible, ya que el 64 % eligió la opción ‘algunas veces’, respecto a hospedarse en hoteles con prácticas ambientales responsables, lo cual indica que la sostenibilidad no es solo una tendencia pasajera, sino un criterio relevante en la toma de decisiones de los viajeros.

Por otro lado, el 30 % de los encuestados indicó preferir siempre establecimientos sostenibles, por lo que este segmento de clientes está altamente comprometido con el turismo responsable, lo cual representa una oportunidad para el Hotel Punta Islita, en cuanto a fortalecer su posicionamiento como un destino ecológico, destacando sus iniciativas ambientales en su estrategia de comunicación y mercadeo.

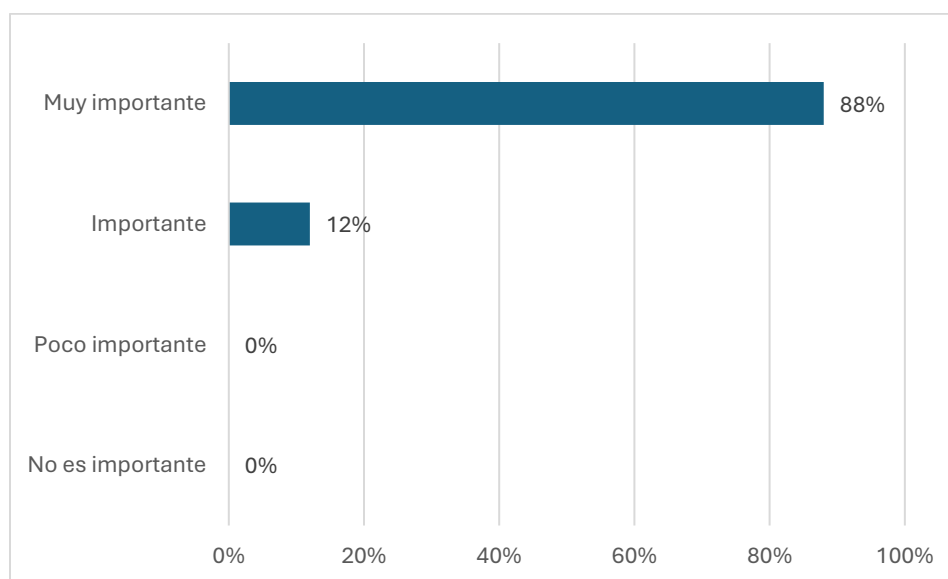
Sin embargo, el 6 % de los encuestados que manifestó nunca haber optado por este tipo de hospedaje, muestra que aún existe un segmento de consumidores, quienes no consideran la sostenibilidad como un factor determinante en su elección, ya que simplemente

priorizan otros aspectos en su experiencia de viaje. Para atraer a este segmento, sería clave implementar estrategias de sensibilización, que destaquen los beneficios económicos, ambientales y de confort que ofrecen este tipo de alojamientos, asegurando que los clientes perciban la sostenibilidad, como un valor agregado más que como un sacrificio.

Tabla 4. Importancia de las prácticas sostenibles en la elección de un hotel

Importancia de las prácticas sostenibles en la elección de un hotel	Cantidad	Cantidad relativa
Muy importante	88	88 %
Importante	12	12 %
Poco importante	0	0 %
No es importante	0	0 %
Total	100	100 %

Figura 4. Importancia de las prácticas sostenibles en la elección de un hotel



Los resultados reflejan, que la sostenibilidad es un factor determinante en la decisión de hospedaje de los encuestados, el 100 % de los participantes le otorgan algún grado de importancia y la ausencia de respuestas en las categorías de ‘poco importante’ o ‘nada importante’ sugiere, que en el mercado objetivo del Hotel Punta Islita, la sostenibilidad ya no es solo un valor agregado, sino un criterio esencial, en la elección de hospedaje.

Cabe destacar, el hecho de que el 88 % considera las prácticas sostenibles como ‘muy importantes’, lo cual indica que una gran mayoría de los clientes tiene una conciencia ambiental fuerte y espera que los hoteles adopten medidas concretas en este ámbito.

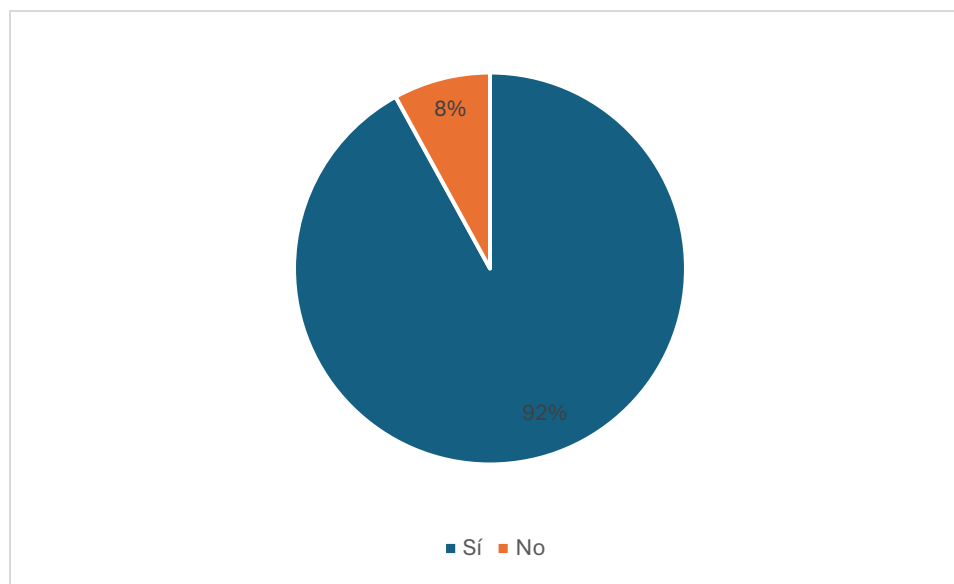
Además, el 12 % que califica la sostenibilidad como importante podría representar un segmento de clientes, que si bien valora estas prácticas, tal vez prioriza otros factores como el precio, la comodidad o la experiencia general.

En general, estos hallazgos confirman que el turismo sostenible es un factor clave en la percepción del cliente y puede ser un diferenciador competitivo para el hotel.

Tabla 5. Nivel de conocimiento sobre las medidas del Hotel Punta Islita para eliminar plásticos de un solo uso

Nivel de conocimiento sobre las medidas del Hotel Punta Islita para eliminar plásticos de un solo uso	Cantidad	Cantidad relativa
Sí	92	92 %
No	8	8 %
Total	100	100 %

Figura 5. Nivel de conocimiento sobre las medidas del Hotel Punta Islita para eliminar plásticos de un solo uso



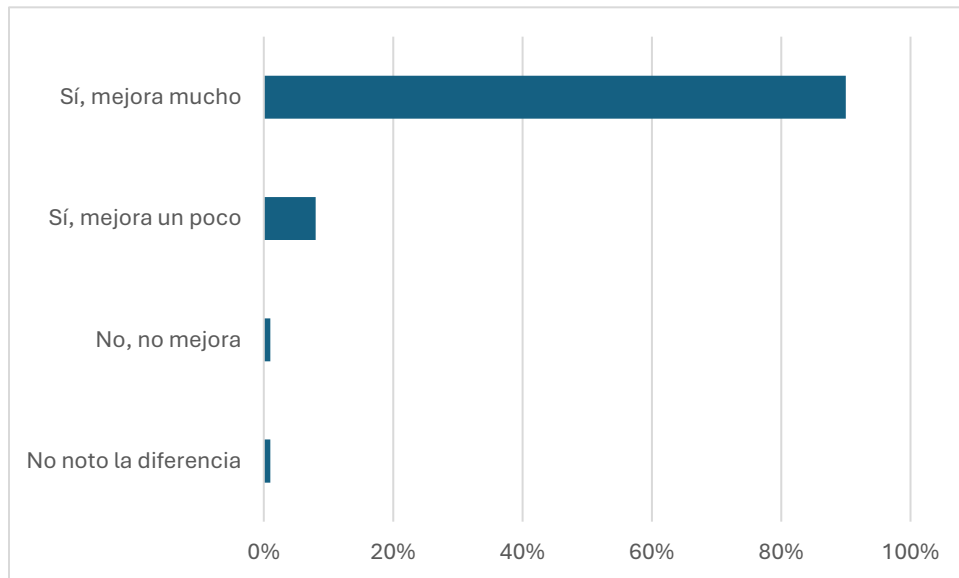
Estos datos evidencian, que el hotel ha logrado comunicar de manera efectiva sus iniciativas sostenibles a la mayoría de sus huéspedes. Los resultados reflejan que la gran mayoría de los encuestados correspondientes al 92 %, están conscientes de las acciones implementadas por el Hotel Punta Islita, para reducir la utilización de plásticos de un solo uso, mientras el 8 % no tiene conocimiento de estas medidas.

Este alto nivel de reconocimiento sugiere, que las estrategias de comunicación y señalización de parte del hotel han sido efectivas, en transmitir sus esfuerzos de sostenibilidad. Sin embargo, la existencia del 8 % de huéspedes que no están informados, sobre estas iniciativas, plantea la necesidad de reforzar sus estrategias de comunicación sobre reciclaje, mediante materiales informativos en las habitaciones, señalización más visible en áreas clave, capacitaciones al personal para que transmitan mejor el mensaje e incluso campañas en redes sociales, dirigidas a los clientes antes y después de su estadía.

Tabla 6. Influencia de las iniciativas del hotel para reducir plásticos de un solo uso sobre la mejora de la experiencia como huésped

Influencia de las iniciativas del hotel para reducir plásticos de un solo uso sobre la mejora de la experiencia como huésped	Cantidad	Cantidad relativa
Sí, mejora mucho	90	90 %
Sí, mejora un poco	8	8 %
No noto la diferencia	1	1 %
No, no mejora	1	1 %
Total	100	100 %

Figura 6. Influencia de las iniciativas del hotel para reducir plásticos de un solo uso sobre la mejora de la experiencia como huésped



Los datos reflejan que la gran mayoría de los encuestados, con un porcentaje del 90 %, perciben que las acciones sostenibles del Hotel Punta Islita mejoran significativamente su experiencia, mientras que el 8 % opina que estas prácticas generan una mejora moderada. Solo el 2 % de los encuestados no percibe un impacto positivo en su estadía.

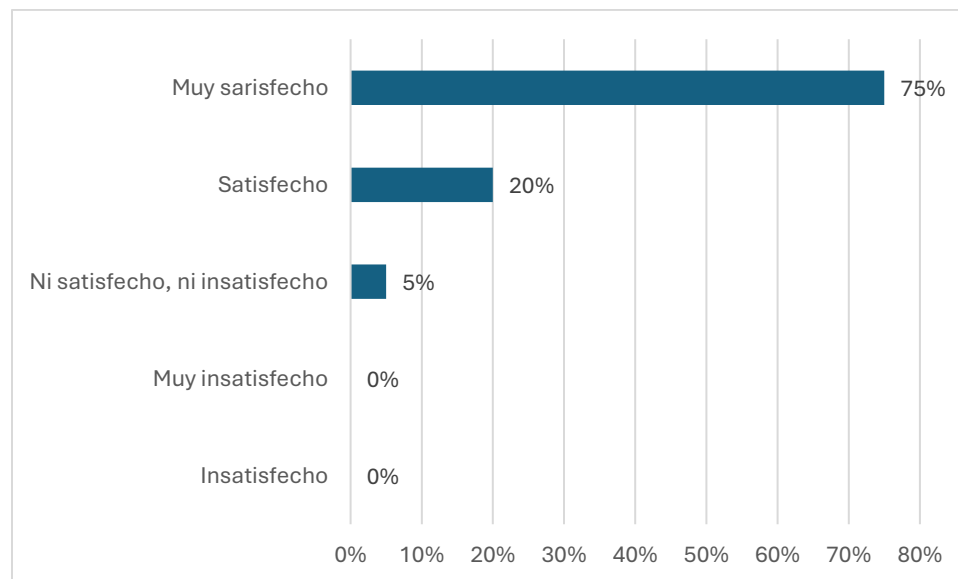
La percepción positiva mayoritaria indica, que estas acciones pueden ser un factor diferenciador en la experiencia del cliente, ya que fortalece la imagen del hotel como un establecimiento comprometido con la sostenibilidad.

Sin embargo, la existencia del 2 % que no nota mejoras o incluso considera que estas prácticas no aportan valor, sugiere la importancia de una comunicación más efectiva sobre los beneficios de estas iniciativas. Es posible que algunos huéspedes no sean plenamente conscientes, de cómo estas acciones impactan su experiencia, o de que sus expectativas en términos de confort y conveniencia pueden ser afectadas directamente por ellas.

Tabla 7. Nivel de satisfacción con las acciones del hotel para reducir el uso de plásticos de un solo uso

Nivel de satisfacción con las acciones del hotel para reducir el uso de plásticos de un solo uso	Cantidad	
	Cantidad	Cantidad relativa
Muy satisfecho	75	75 %
Satisfecho	20	20 %
Ni satisfecho, ni insatisfecho	5	5 %
Insatisfecho	0	0 %
Muy insatisfecho	0	0 %
Total	100	100 %

Figura 7. Nivel de satisfacción con las acciones del hotel para reducir el uso de plásticos de un solo uso



Los resultados muestran, un alto nivel de satisfacción con las medidas sostenibles implementadas en el Hotel Punta Islita, pues el 75 % de los encuestados indican que están muy satisfechos y el 20 % afirma que están satisfechos.

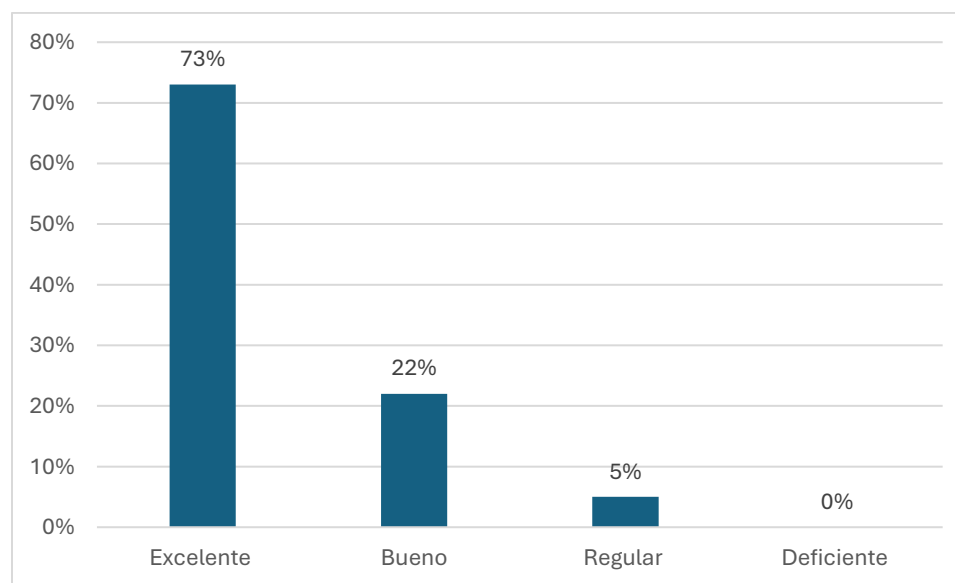
El hecho de que ningún encuestado se haya declarado insatisfecho o muy insatisfecho indica, que estas medidas no generan rechazo ni inconvenientes significativos para los visitantes. Sin embargo, el 5 % de los huéspedes que se posiciona de manera neutral (ni satisfecho ni insatisfecho) podría ser un indicio de que, para algunos clientes, estas acciones no generan un impacto suficiente, como para influir en su percepción general del servicio.

Los datos evidencian, que las estrategias de sostenibilidad implementadas han sido exitosas en cuanto a generar satisfacción entre los huéspedes, no obstante, para garantizar que todos los visitantes perciban y valoren plenamente estas iniciativas, el hotel podría fortalecer la forma en que comunica los beneficios de sus prácticas sostenibles, asegurando que cada huésped participe y sea consciente del impacto positivo que estas generan.

Tabla 8. Calificación del esfuerzo del hotel en fomentar el reciclaje durante su estancia

Calificación del esfuerzo del hotel en fomentar el reciclaje durante su estancia	Cantidad	Cantidad relativa
Excelente	73	73 %
Bueno	22	22 %
Regular	5	5 %
Deficiente	0	0 %
Total	100	100 %

Tabla 9. Calificación del esfuerzo del hotel en fomentar el reciclaje durante su estancia



El análisis de estos resultados muestra, que la mayoría de los huéspedes tiene una percepción muy positiva, sobre el esfuerzo del Hotel Punta Islita en fomentar el reciclaje. El 73 % lo califica como excelente, lo que refleja una fuerte apreciación, por parte de los clientes, en relación con las acciones del hotel en este ámbito.

Por otro lado, el 22 % de los encuestados considera el esfuerzo como bueno, lo que aún sugiere una valoración positiva, lo cual puede implicar que, aunque el hotel está cumpliendo con las expectativas, podría haber áreas de mejora que permitan elevar aún más, la percepción de los huéspedes hacia un nivel sobresaliente.

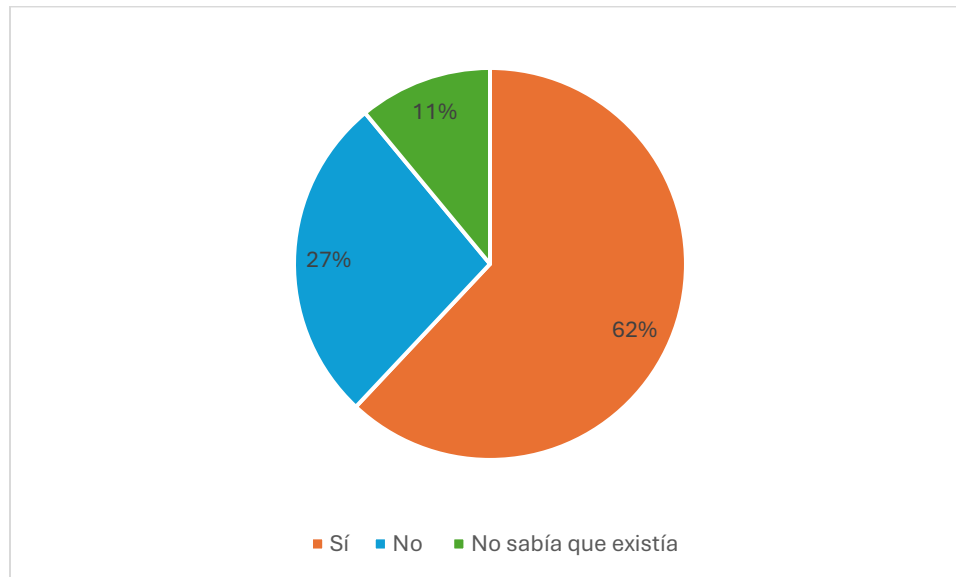
Es interesante notar, que únicamente el 5% de los encuestados calificó el esfuerzo como "regular", lo que indica que una mínima fracción de los huéspedes considera, que el esfuerzo de reciclaje podría mejorar. Afortunadamente, este porcentaje bajo muestra, que el esfuerzo del hotel en este aspecto no está siendo rechazado, por una porción significativa de los clientes.

Cabe destacar, que la ausencia de respuestas calificando el esfuerzo como "deficiente" es un aspecto positivo, ya que sugiere, que las iniciativas de reciclaje del hotel no generan una percepción negativa, entre los huéspedes.

Tabla 10. Participación de los huéspedes en las actividades de reciclaje ofrecidas, otra técnica de sostenibilidad del hotel

Participación de los huéspedes en las actividades de reciclaje ofrecidas, otra técnica sostenibilidad del hotel	Cantidad	Cantidad relativa
Sí	62	62 %
No	27	27 %
No sabía que existía	11	11 %
Total	100	100 %

Figura 8. Participación de los huéspedes en las actividades de reciclaje ofrecidas, otra técnica sostenibilidad del hotel



El análisis de estos resultados revela, que una proporción significativa de los huéspedes, correspondiente al 62%, ha participado activamente en las actividades de reciclaje y otras iniciativas sostenibles promovidas por el Hotel Punta Islita.

El 27% de los encuestados, que no han participado en estas actividades, podría señalar una oportunidad para mejorar la promoción o la accesibilidad de estas iniciativas. A pesar de que este porcentaje no es alarmante, refleja que una parte del público podría no estar lo suficientemente motivada o informada para involucrarse.

Además, el 11% que mencionó desconocer la existencia de estas actividades es un aspecto que requiere atención y la falta de conocimiento sobre estas actividades puede indicar que las iniciativas no están siendo lo suficientemente visibles, o comunicadas de manera efectiva a los huéspedes, desde el momento de su llegada o durante su estancia.

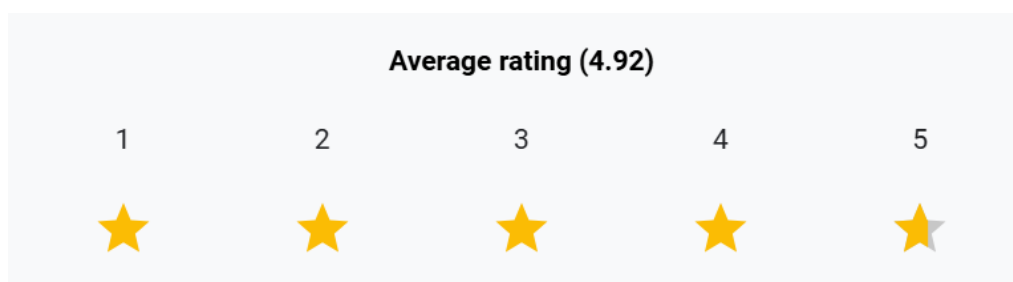
Impacto en la Satisfacción y Percepción de Marca

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas aplicadas, para identificar la relación entre las prácticas sostenibles y la satisfacción del huésped en el Hotel Punta Islita, Hojancha, Guanacaste, durante el tercer cuatrimestre del año 2024.

Tabla 11. Nivel de satisfacción general con el Hotel Punta Islita

Nivel de satisfacción general con el Hotel Punta Islita (donde 1 es muy insatisfechos y 5 muy satisfecho)	Cantidad	Cantidad relativa
1	0	0 %
2	0	0 %
3	0	0 %
4	8	8 %
5	92	92 %
Total	100	100 %

Figura 9. Nivel de satisfacción general con el Hotel Punta Islita



Los resultados muestran, que la mayoría de los huéspedes del Hotel Punta Islita se sienten altamente satisfechos con su experiencia, lo que se refleja en el 92 % de calificaciones máximas (5 - Muy Satisfecho) y el 8 % con una calificación de 4. Este nivel de satisfacción es notable, ya que no se registraron respuestas de insatisfacción (calificación de 1, 2 o 3), lo que indica que la mayoría de los visitantes perciben la estancia como excepcional. Un puntaje ponderado de 4.92 sobre 5 resalta la calidad consistente del servicio, lo que sugiere que el hotel ha logrado superar las expectativas de los huéspedes.

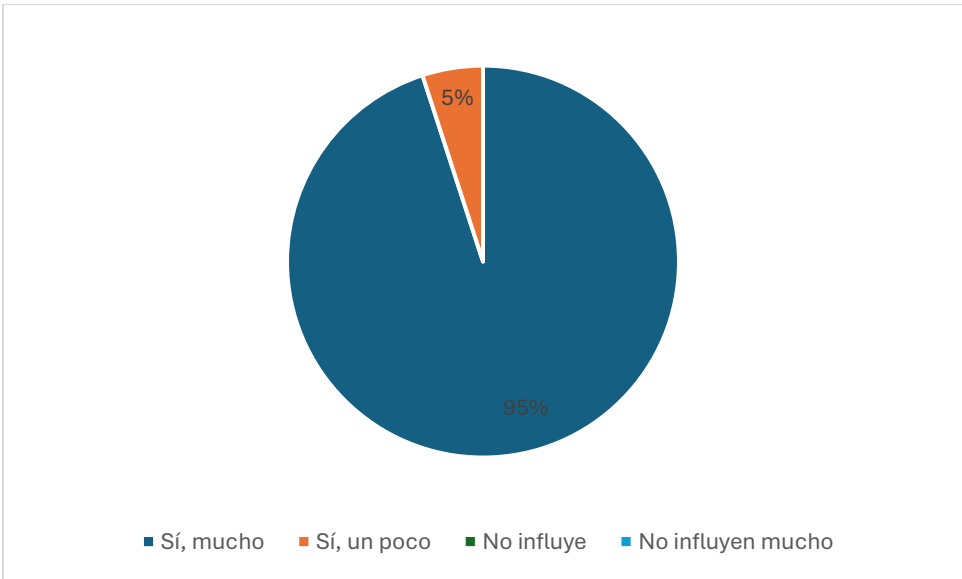
El esfuerzo que ha hecho el hotel, en cuanto a la reducción de plásticos de un solo uso y otras iniciativas ecológicas, podría estar influyendo de manera significativa en esta percepción positiva, los huéspedes que valoran estas prácticas sostenibles podrían haber vinculado su experiencia, no solo con la calidad de los servicios ofrecidos, sino también con la alineación de sus valores personales con los esfuerzos del hotel, por cuidar el

medioambiente. Además, la ausencia de muestras de insatisfacción, en las calificaciones, podría reflejar una sólida reputación del hotel, que genera confianza y lealtad entre los clientes, basada en que el hotel no solo ofrece una experiencia excelente en términos de confort y servicio, sino que al integrar la sostenibilidad en su propuesta de valor, también logra un impacto positivo en la imagen de la marca, la fidelización de los huéspedes y la satisfacción general.

Tabla 12. Influencia de las prácticas sostenibles en la percepción de la marca del hotel

Influencia de las prácticas sostenibles en la percepción de la marca del hotel	Cantidad	Cantidad relativa
Sí, mucho	95	95 %
Sí, un poco	5	5 %
No influye	0	0 %
No influyen mucho	0	0 %
Total	100	100 %

Figura 10. Influencia de las prácticas sostenibles en la percepción de la marca del hotel



El 95 % de los encuestados indicó que estas acciones influyen significativamente en su percepción del hotel, lo que indica que la sostenibilidad es vista como una característica importante y valorada. Los huéspedes están cada vez más comprometidos con el consumo

responsable y buscan apoyar a las empresas que muestran un compromiso genuino con el cuidado del medioambiente.

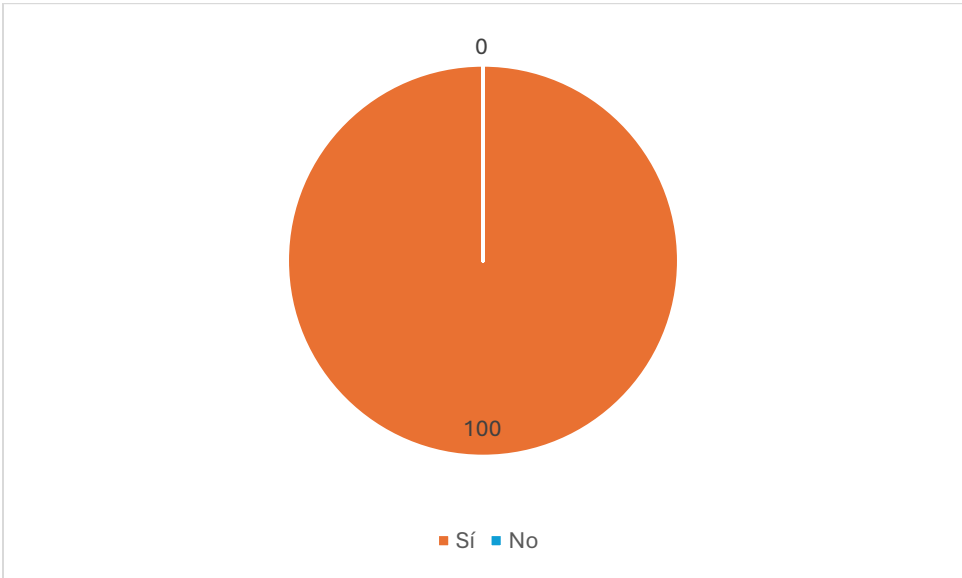
El enfoque del hotel en la sostenibilidad también actúa como un diferenciador en un mercado altamente competitivo, muchos turistas buscan experiencias que no solo sean agradables, sino que también sean responsables y éticas. Al implementar prácticas sostenibles, el Hotel Punta Islita no solo contribuye al medioambiente, sino que también se posiciona como un líder dentro del sector hotelero en Guanacaste, lo que mejora su reputación en el mercado.

Desde el punto de vista emocional, la lealtad se ve reforzada porque los huéspedes sienten, que al elegir el hotel, están participando en un esfuerzo colectivo para mejorar el planeta.

Tabla 13. Recomendación del Hotel Punta Islita por sus prácticas ecológicas

Recomendación del Hotel Punta Islita por sus Prácticas Ecológicas	Cantidad	Cantidad relativa
Sí	100	100%
No	0	0%
Total	100	100%

Figura 11. Recomendación del Hotel Punta Islita por sus prácticas ecológicas



El hecho de que el 100 % de los encuestados recomendaría el hotel a otros, debido a sus iniciativas ecológicas, es un indicativo claro de que estas acciones no solo mejoran la percepción del establecimiento, sino que también generan un fuerte compromiso emocional en los clientes. Los huéspedes no solo valoran los servicios y la calidad de la estancia, sino también el impacto positivo que el hotel tiene en el medioambiente.

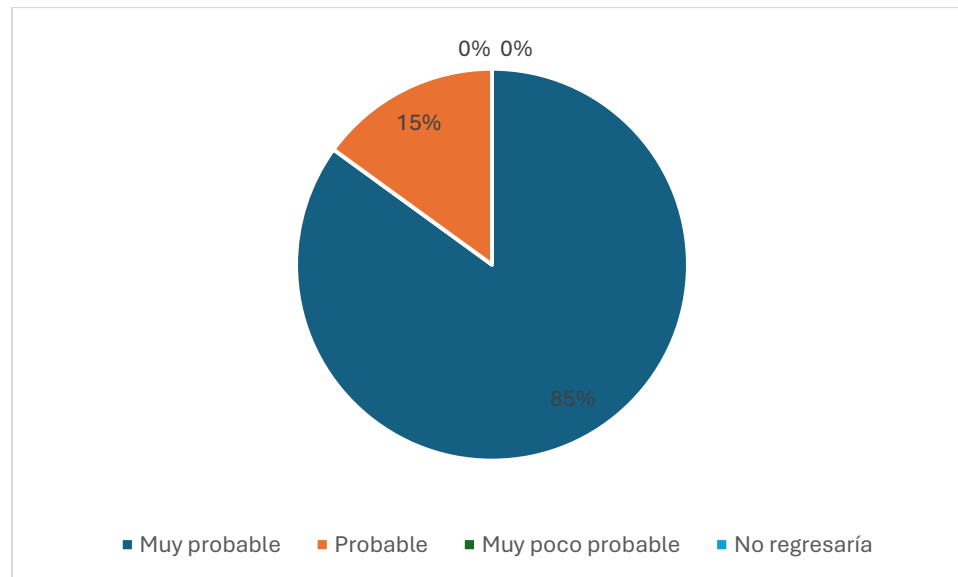
La recomendación del hotel, por parte de todos los encuestados, resalta cómo la sostenibilidad se ha convertido en un factor diferenciador clave de la empresa, el hecho de que el Hotel Punta Islita sea percibido, como un líder en este aspecto, refuerza su reputación y crea un valor agregado que los huéspedes están dispuestos a compartir con otros, lo que amplifica su alcance y visibilidad.

Este tipo de recomendación también está relacionado con la lealtad del cliente, ya que aquellos que se sienten satisfechos y alineados, con los valores sostenibles del hotel, son más propensos a regresar y a recomendarlo a sus círculos. Además, la recomendación puede generar un efecto multiplicador, ya que las recomendaciones de los huéspedes son una de las formas más efectivas de atraer nuevos clientes, que compartan los mismos valores, lo que crea un ciclo positivo para el hotel.

Tabla 14. Probabilidad del regreso de los huéspedes al Hotel Punta Islita por su compromiso con la sostenibilidad

Probabilidad del regreso de los huéspedes al Hotel Punta Islita por su compromiso con la sostenibilidad	Cantidad	Cantidad relativa
Muy probable	85	85 %
Probable	15	15 %
Muy poco probable	0	0 %
No regresaría	0	0 %
Total	100	100 %

Figura 12. Probabilidad del regreso de los huéspedes al Hotel Punta Islita por su compromiso con la sostenibilidad



Los resultados destacan claramente, la relación entre las prácticas sostenibles del Hotel Punta Islita y la fidelización de los huéspedes, dado que el 85 % de los encuestados considera muy probable regresar al hotel y el 15 % lo califique como probable. Dicho resultado sugiere, que las iniciativas sostenibles del hotel producen un impacto significativo, no solo en la satisfacción inmediata de los huéspedes, sino también en su compromiso con la marca, a largo plazo.

La sostenibilidad se presenta como un factor decisivo para los huéspedes a la hora de elegir regresar, lo que indica que estos programas ecológicos son bien recibidos y además crean un vínculo emocional y un sentimiento de alineación, con los valores del hotel.

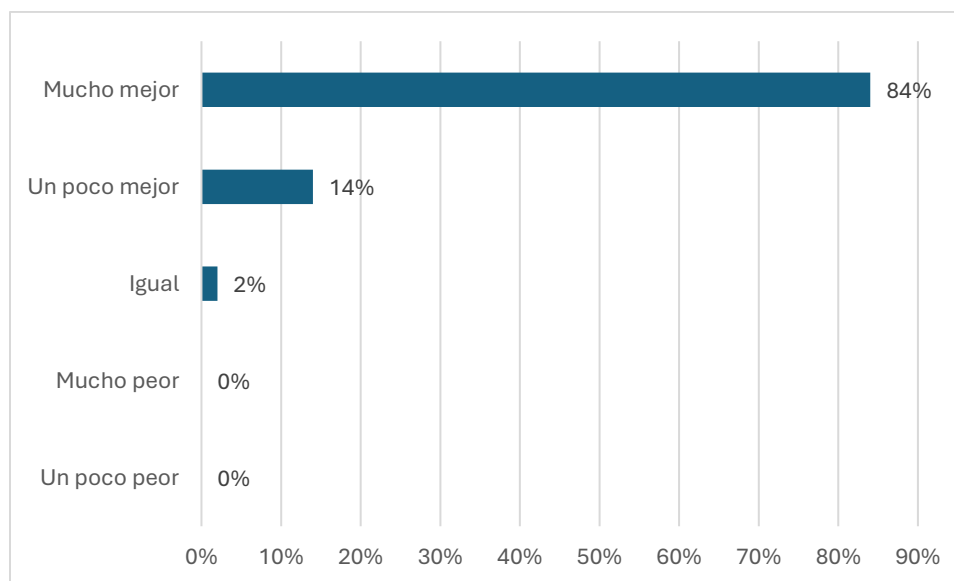
Competitividad del Hotel

En el siguiente apartado se presentan los resultados en relación con el objetivo: Explicar el efecto del aumento de las actividades de reciclaje en la reputación del hotel y su atractivo para clientes ecológicamente conscientes, durante el tercer cuatrimestre del año 2024.

Tabla 15. Comparación de las prácticas sostenibles del Hotel Punta Islita con otros hoteles visitados

Comparación de las prácticas sostenibles del Hotel Punta Islita con otros hoteles visitados	Cantidad	Cantidad relativa
Mucho mejor	84	84 %
Un poco mejor	14	14 %
Igual	2	2 %
Un poco peor	0	0 %
Mucho peor	0	0 %
Total	100	100 %

Figura 13. Comparación de las prácticas sostenibles del Hotel Punta Islita con otros hoteles visitados



El análisis de estos resultados revela, un fuerte posicionamiento competitivo del Hotel Punta Islita en el mercado hotelero, particularmente, en lo que respecta a su compromiso con la sostenibilidad. El 84 % de los encuestados considera, que las iniciativas sostenibles del hotel son mucho mejores, en comparación con otros establecimientos; resalta que el hotel ha logrado destacarse significativamente frente a la competencia, lo que le otorga una ventaja competitiva clara, en un sector cada vez más consciente de la importancia de la responsabilidad ambiental.

Además, el 14 %, el cual considera que las prácticas del hotel son un poco mejores, también refleja una percepción positiva de sus esfuerzos sostenibles, aunque en menor

medida, lo que puede estar relacionado con expectativas más altas en la industria o con el grado de conciencia de sostenibilidad de los encuestados.

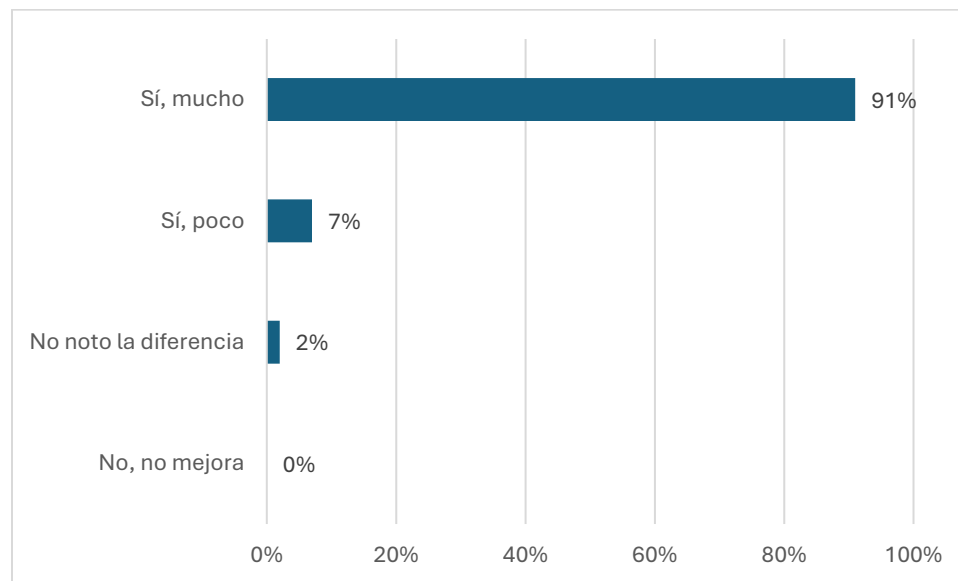
Por otro lado, el 2 % el cual opina que las prácticas son similares a las de otros hoteles, sugiere que aunque el hotel se percibe generalmente como líder en sostenibilidad, aún hay un pequeño margen para mejorar y diferenciarse aún más en este aspecto.

Finalmente, el hecho de que ninguno de los encuestados perciba, que las prácticas del hotel sean peores que las de otros establecimientos, es un gran logro. Refuerza la idea de que las iniciativas sostenibles del hotel no solo están alineadas con las expectativas del cliente, sino que superan las de la mayoría de sus competidores. Este resultado refuerza aún más el posicionamiento del hotel, como referente de sostenibilidad en la industria, lo que puede generar una ventaja estratégica a largo plazo, al atraer a huéspedes comprometidos con el cuidado del medioambiente y fomentar una lealtad, que trasciende el simple disfrute del servicio.

Tabla 16. Impacto de cómo las actividades de reciclaje mejoran la reputación del hotel en términos de sostenibilidad

Impacto de cómo las actividades de reciclaje mejoran la reputación del hotel en términos de sostenibilidad	Cantidad	Cantidad relativa
Sí, mucho	91	91%
Sí, poco	7	7%
No noto la diferencia	2	2%
No, no mejora	0	0%
Total	100	100%

Figura 14. Impacto de cómo las actividades de reciclaje mejoran la reputación del hotel en términos de sostenibilidad



El 91% de los encuestados considera, que las actividades de reciclaje mejoran significativamente la reputación del hotel en términos de sostenibilidad, lo que indica que la mayoría de los huéspedes valora de manera destacada, las acciones concretas que el hotel lleva a cabo, para reducir su impacto ambiental, lo que no solo refleja un compromiso con el cuidado del medio ambiente, sino también un valor añadido para los clientes, que se sienten identificados con estos principios.

El 7 % que considera moderada la mejora sugiere, que aunque el reciclaje produce un impacto positivo en la reputación del hotel, este podría estar buscando una mayor visibilidad o mayor escala en las acciones implementadas, lo que podría estar relacionado con la necesidad de una comunicación más efectiva, sobre las iniciativas sostenibles del hotel.

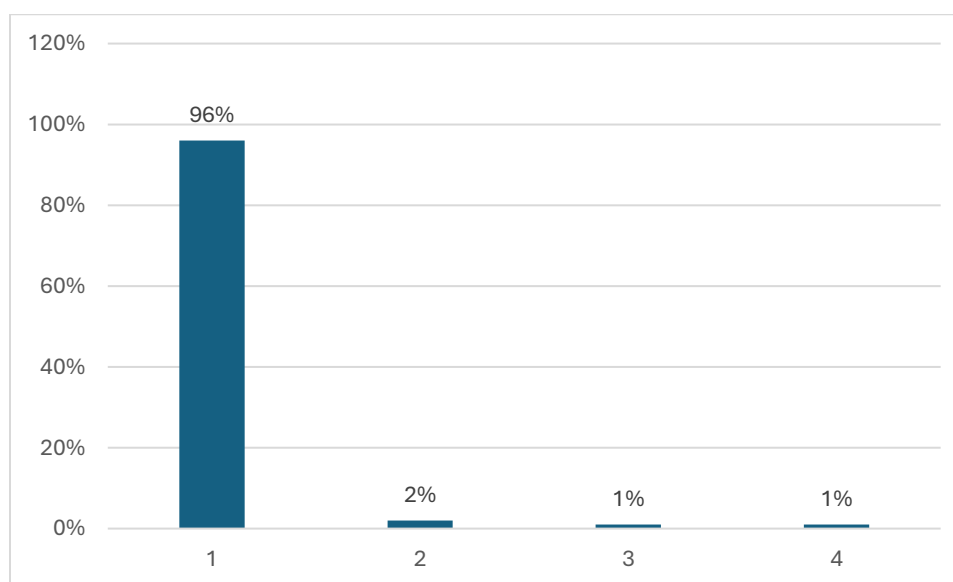
Por otro lado, el 2 % no nota ninguna diferencia; aunque el reciclaje es percibido positivamente por la mayoría, existe una pequeña fracción de huéspedes que no identifica una relación directa entre esas actividades y la reputación del hotel.

Lo más destacable de estos resultados es, que ningún encuestado considera perjudiciales las actividades de reciclaje para la reputación del hotel, lo que refuerza aún más la eficacia de las iniciativas implementadas.

Tabla 17. Atractivo del Hotel Punta Islita para clientes ecológicamente conscientes gracias a sus prácticas sostenibles (donde 1 es muy satisfechos y 4 muy insatisfecho).

Atractivo del Hotel Punta Islita para clientes ecológicamente conscientes gracias a sus prácticas sostenibles (donde 1 es muy satisfechos y 4 muy insatisfecho).	Cantidad	Cantidad relativa
1	96	96 %
2	2	2 %
3	1	1 %
4	1	1 %
Total	100	100 %

Figura 15. Atractivo del Hotel Punta Islita para clientes ecológicamente conscientes gracias a sus prácticas sostenibles (donde 1 es muy satisfechos y 4 muy insatisfecho).



El análisis de los resultados sobre la percepción de los huéspedes, respecto al atractivo del Hotel Punta Islita, en relación con sus prácticas sostenibles, muestra una respuesta ampliamente positiva. El 96 % de los encuestados considera que las prácticas sostenibles del hotel aumentan significativamente su atractivo al otorgar la calificación más alta (1).

Por otro lado, el 2 % de los encuestados que califican el impacto con un 2 indica una satisfacción moderada, lo cual sugiere, que aunque valoran las prácticas sostenibles, opinan que estas podrían mejorarse o ampliarse en algún aspecto.

Finalmente, el 2 % que calificó con 3 y con 4 refleja, una percepción más neutral o menos impactada por las prácticas sostenibles. Aunque este porcentaje es bajo es relevante, pues indica que algunos huéspedes no consideran estas acciones como decisivas, en su experiencia general, o no las identifican como una prioridad al elegir el hotel.

Sugerencias de los huéspedes sobre iniciativas sostenibles adicionales

En relación con las iniciativas sostenibles, que los huéspedes del Hotel Punta Islita desearían ver implementadas, las respuestas reflejan un interés significativo por fortalecer el compromiso ambiental del hotel. Algunas de las propuestas incluyen el fomento del uso de vehículos no emisores de humo, como bicicletas, así como la creación de papel artesanal a partir de residuos reciclados.

También se sugirió la implementación de más jardines ecológicos, con plantas autóctonas resistentes al calor, que reducirían la necesidad de riego, además de la instalación de basureros separados en las habitaciones, para facilitar la participación activa de los huéspedes en el reciclaje. Otras ideas incluyen la siembra de árboles, la limpieza de la playa, la creación de abono por compostaje y la colocación de centros de reciclaje más visibles.

Sin embargo, algunos huéspedes destacaron, que el hotel ya está muy bien enfocado en sus esfuerzos sostenibles, lo que demuestra una percepción positiva hacia las iniciativas actuales.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

A continuación, se presentan las conclusiones derivadas del análisis de los resultados obtenidos, en el estudio sobre las prácticas sostenibles implementadas por el Hotel Punta Islita. Estas conclusiones están orientadas a responder a los objetivos planteados, relacionados con el impacto de las iniciativas ecológicas en la percepción de marca, la satisfacción de los huéspedes, así como en la competitividad del hotel en el mercado turístico. Cada conclusión aborda un aspecto específico del estudio, brindando una visión clara de cómo las acciones sostenibles contribuyen al posicionamiento y la lealtad de los clientes, además de la reputación del hotel, como líder en sostenibilidad en la región.

- ✓ Las prácticas sostenibles, implementadas por el Hotel Punta Islita, han generado un impacto positivo en la percepción de la marca. Los huéspedes se sienten más conectados con un hotel comprometido con la sostenibilidad, lo cual refuerza la imagen de la marca como confiable y atractiva.
- ✓ La mayoría de los encuestados mostró una mayor lealtad hacia el Hotel Punta Islita debido a las iniciativas sostenibles. La reducción de plásticos y el fomento del reciclaje contribuyeron, a que los huéspedes se sintieran satisfechos, destacando que estas prácticas influyen positivamente en su decisión de recomendar y regresar al hotel.
- ✓ La eliminación de plásticos de un solo uso, como botellas, y la instalación de estaciones de recarga de agua, fueron valoradas positivamente por los huéspedes. Sin embargo, la falta de información clara sobre las iniciativas sostenibles limita la comprensión completa del impacto, lo que sugiere la necesidad de aumentar la comunicación al respecto.
- ✓ Las actividades de reciclaje implementadas por el Hotel Punta Islita han mejorado significativamente la reputación del hotel. Los huéspedes que participaron en estas actividades expresaron un nivel alto de satisfacción y una percepción más favorable de la marca, lo que contribuye positivamente a la imagen de la empresa.

- ✓ Gracias a las iniciativas sostenibles, el Hotel Punta Islita se ha posicionado como un referente en turismo responsable. Este compromiso con la sostenibilidad ha mejorado su competitividad y atraído a un segmento de turistas, interesados en opciones de hospedaje ecológicas.
- ✓ Las prácticas sostenibles, adoptadas por el Hotel Punta Islita, han producido un impacto significativo y positivo en su reputación, con base en la satisfacción de los huéspedes y permitido lograr la lealtad de los clientes. Estas iniciativas han mejorado la percepción de la marca y generado una ventaja competitiva en el mercado, consolidando al hotel como líder en sostenibilidad en la industria hotelera.

Recomendaciones:

El hotel debe seguir reforzando, su estrategia de comunicación en torno a sus prácticas sostenibles, utilizar plataformas como redes sociales y el sitio web del hotel, para informar a los huéspedes sobre las acciones ecológicas que lleva a cabo, como la reducción en el uso de plásticos y las actividades de reciclaje, lo cual ayudará a consolidar la lealtad de los clientes actuales y atraer nuevos huéspedes, comprometidos con el medio ambiente.

Para mejorar aún más la satisfacción de los huéspedes, el hotel podría ampliar la oferta de productos sostenibles, como cosméticos sin envases plásticos, opciones de transporte ecológicas y productos locales.

Además, la creación de un programa de incentivos, para aquellos huéspedes que participen activamente en las actividades de reciclaje o en el uso de opciones sostenibles, podría ser una excelente manera de aumentar la participación en estas prácticas.

El hotel puede fortalecer su reputación sostenible, mediante alianzas con otras entidades ecológicas, o certificaciones que avalen sus prácticas, esta colaboración también puede incluir iniciativas de responsabilidad social, como la organización de eventos de limpieza comunitaria o la colaboración con proyectos de conservación local, lo que ampliaría la visibilidad y el impacto de las prácticas sostenibles en la comunidad.

Para asegurar que las prácticas sostenibles sigan siendo efectivas, el hotel debe realizar encuestas periódicas o estudios de satisfacción, centrados en la sostenibilidad, con el fin de obtener retroalimentación directa de los huéspedes. Esto permitirá ajustar las estrategias de sostenibilidad y asegurar que el hotel continúe siendo relevante para sus clientes, ecológicamente conscientes.

Para futuros estudios se recomienda, profundizar en la percepción de los colaboradores del hotel respecto a las prácticas sostenibles, así como realizar entrevistas con el gerente general, para obtener una visión más amplia de la estrategia de sostenibilidad implementada. Además, sería valioso incluir un análisis comparativo, con otros hoteles de la región, para evaluar el impacto de estas iniciativas, en la industria hotelera local.

REFERENCIAS

- Acuña, M., Calvo, D. & Fontana, Y. (2021). “Estado de situación del ocio y el turismo sostenible en Costa Rica”. *Trama, Revista de ciencias sociales y humanidades*, 10(1), 84-131. Recuperado de: <https://doi.org/10.18845/tramarcsh.v10i1.57841>
- Amador, C. (2021). “Dimensiones del Turismo Sostenible”. *Vida Científica Boletín Científico de la Escuela Preparatoria N.º 4, 9* (18), 33-34. Recuperado de: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa4/article/view/7602>
- Anchundia, D. (2023). *Turismo sostenible, una alternativa para la comuna Ayangué (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2023)*
- Ávila, H, González, M & Licea, S. (2020). “La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica?” *Didasc@ lia: didáctica y educación*, 11(3), 62-79.
- Bjørke, S. (2023). *El discurso ecológico en textos de información turística: Una aproximación al caso de Costa Rica*. Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y Formación del Profesorado. Recuperado de: <https://munin.uit.no/bitstream/handle/10037/30376/thesis.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Booking.com. (2023). *Informe sobre turismo sostenible 2023*. Recuperado de: <https://news.booking.com/download/3adef71e-905f-4d92-88f0-d42aaff6f76e/informe2023sobreturismosostenibledebooking.com.pdf>
- Bores, A. (2024). *La sostenibilidad en el sector hotelero: Castilla Termal Hoteles*.
- Cortes, K. (2022). *Importancia de las alternativas para reducir o eliminar el plástico de un solo uso en Colombia*. Recuperado de: <https://repository.unimilitar.edu.co/items/e9b5efe9-c7bb-45c3-9d84-505eae3e68c4>
- Cortes, K. (2022). *Importancia de las alternativas para reducir o eliminar el plástico de un solo uso en Colombia* Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/43612>

- Del Toro, D. & Guarnizo, J. (2024). *Reciclaje de los materiales textiles utilizados en el sector hotelero y su aporte al desarrollo sostenible en el entorno de la operación en la ciudad de Bogotá D.C.* Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Bogotá, DC. Recuperado de: <https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/ed919b73-7315-46e7-a7df-8611efba19ca/content>
- Díaz, A. (2020). *El reciclaje en la escuela.* Recuperado de: <https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/19754>
- González, F. (2021). *Las buenas prácticas y turismo sostenible en los centros turísticos comunitarios registrados del Cantón Riobamba. Master's thesis,* Riobamba, Universidad Nacional de Chimborazo. Recuperado de: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7538/1/Fabricio%20Gonz%c3%a1lez.%20Posg.%20TURISMO%20abril.%202021.pdf>
- Hernández, J., Aguilera, H. & Bohórquez, L. (2022). *Propuesta para incentivar el turismo sostenible en Colombia.* Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10882/12466>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Instituto Costarricense de Turismo (ICT). (2020). *Costa Rica ratifica liderazgo mundial en turismo sostenible con obtención de premio GSTC.* Recuperado de: https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas/1718-costa-rica-ratifica-liderazgo-mundial-en-turismo-sostenible-con-obtenci%C3%B3n-de-premio-gstc.html?fbclid=IwAR2bamS0ZCy5c6jP2980s_3IW-HB6H7ZnQx2hkrUqusc30ounM8fUcJXrH8
- Instituto Costarricense de Turismo. (2022). *Plan Nacional de Turismo de Costa Rica 2022-2027. Sesión N.º 6210.* Recuperado de: <https://www.ict.go.cr/pdf/Plan%20nacional%20de%20turismo%202022-2027.pdf>
- Kotler, P. (2019). *Dirección de mercadotecnia: Análisis, planeación, implementación y control* (8.ª ed.). ESAN. Recuperado de: <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp->

<content/uploads/sites/4/2019/03/DIRECCION-DE-MERCADOTECNIA-PHILIP-KOTLER.pdf>

- Mahecha, O *et al.* (2020). “Percepción del cliente y su satisfacción en el sector bancario del departamento de La Guajira, Colombia”. *Revista espacios*, 41(17), 12-18. Recuperado de: <http://ww.revistaespacios.com/a20v41n17/a20v41n17p12.pdf>
- Moisés, M, Gil-Saura, I. y Ruiz, M. (2021). *Efectos de las prácticas verdes en la lealtad: propuesta de un modelo para el entorno hotelero colombiano. Estudios Gerenciales*, 37(160), 425-438. Recuperado de: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.160.4072>
- Morazán, P. (2021). “Teoría y práctica del desarrollo sostenible”. *Revista Perspectivas Del Desarrollo*, 6(1), 302–313. Recuperado de: <https://doi.org/10.5377/rpdd.v6i1.12452>
- Naciones Unidas. (2023). *Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. Informe sobre los ODS 2023*. Recuperado de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-productio>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). *Turismo sostenible: definición principios*. Recuperado de: <https://www.unwto.org>
- Oviedo Vargas, J. A., & Taype Puma, J. (2022). Estrategias de marketing ecológico y la competitividad del Mercado Zonal de Zarzuela del distrito de Santiago, Cusco. Recuperado de: <https://orcid.org/0000-0001-5860-7364> / <https://orcid.org/0000-0001-7685-4983>
- Penilla, M, & Koot, Y. (2020). *Nuestro mundo cubierto de plástico: de la movilidad global del plástico a las consecuencias y respuestas locales*. Informe Científico Técnico UNPA, 12(4), 146-160. Recuperado de: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-NuestroMundoCubiertoDePlastico-7756137.pdf>
- Piña, L. (2023). “El enfoque cualitativo: Una alternativa compleja dentro del mundo de la investigación”. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(15), 1-3.
- Salas, P. *et al.* (2022). “Buenas prácticas de turismo sostenible en establecimientos de alojamiento en Riobamba, Ecuador”. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y*

América Latina, 10, 360–367. Recuperado a partir de <https://revistas.uh.cu/revflacso/article/view/147>

Seminario, A. (2023). *Estudio técnico: plan de negocio de eco-hotel ventaja competitiva (Bachelor's thesis)*, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2023). Recuperado de: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10340/1/UPSE-TDT-2023-0046.pdf>

Solís, J. *et al.* (2024). “Factores que inciden en el turismo sostenible de Cojitambo-Ecuador”. *Revista de Ciencias Sociales*, XXX (Número Especial 9), 345-360. Recuperado de: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-FactoresQueIncidenEnElTurismoSostenibleDeCojitambo-9645074.pdf>

Torres, V. (2024). “Impactos del turismo desde la percepción ciudadana: Desarrollo y validación de una escala para su medición”. *Revista de ciencias sociales*, (30), 361-379. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9645075>

Vega, M. & Sánchez, Y. (2024). “Turismo, ambiente y Agenda 2030 en Costa Rica”. *Pensamiento Actual*, 24(42). Recuperado de: <https://doi.org/10.15517/pa.v24i42.60256>

Villamil, V. (2024). “Costa Rica: un destino sostenible”. *Rolling Stones*. Recuperado de: <https://es.rollingstone.com/costa-rica-un-destino-sostenible/>

APÉNDICES

Apéndice A: Encuesta sobre prácticas sostenibles en el Hotel Punta Islita

Encuesta sobre las Prácticas Sostenibles en el Hotel Punta Islita

Apreciado(a) huésped

Gracias por hospedarse en el Hotel Punta Islita. Estamos comprometidos con la sostenibilidad y nos gustaría conocer su opinión sobre nuestras prácticas ecológicas. Esta encuesta tomará solo unos minutos y sus respuestas nos ayudarán a mejorar nuestros esfuerzos para proteger el medio ambiente. Todas sus respuestas serán confidenciales.

Datos generales

1. ¿Es la primera vez que se hospeda en el Hotel Punta Islita?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

2. ¿Con qué frecuencia visita hoteles o resorts sostenibles?

Marca solo un óvalo.

- Nunca
 Algunas veces
 Siempre

Percepción sobre las Prácticas Sostenibles

Una práctica sostenible consiste en cualquier acción, actividad o estrategia que busca satisfacer las necesidades actuales sin comprometer al medio ambiente.

3. ¿Qué tan importante es para usted que un hotel adopte prácticas sostenibles?

Marca solo un óvalo.

- Muy importante
 Importante
 Poco importante
 No es importante

4. ¿Está consciente de las acciones que el Hotel Punta Islita ha tomado para reducir el uso de plásticos de un solo uso?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

5. ¿Cree que las iniciativas del hotel para reducir plásticos de un solo uso mejoran su experiencia como huésped?

Marca solo un óvalo.

- Sí, mejora mucho
 Sí, mejora un poco
 No noto la diferencia
 No, no mejora

6. ¿Qué tan satisfecho está con las acciones del hotel para reducir el uso de plásticos de un solo uso?

Marca solo un óvalo.

- Muy satisfecho
 Satisfecho
 Ni satisfecho ni insatisfecho
 Insatisfecho
 Muy insatisfecho

7. ¿Cómo calificaría el esfuerzo del hotel en fomentar el reciclaje durante su estancia?
(Clasificación de residuos por desechos sólidos, plásticos u otros desechos)

Marca solo un óvalo.

- Excelente
 Bueno
 Regular
 Deficiente

8. ¿Participó usted en las actividades de reciclaje ofrecidas, otra técnica sostenibilidad por el hotel (por ejemplo, clasificación de residuos en su habitación)?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 No sabía que existían

Impacto en la Satisfacción y Percepción de Marca

9. ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción general con el Hotel Punta Islita? (donde 1 es muy insatisfechos y 5 muy satisfecho)

1 2 3 4 5



10. ¿Considera que las prácticas sostenibles del hotel influyen en su percepción positiva de la marca?

Marca solo un óvalo.

- Sí, mucho
 Sí, un poco
 No influyen
 No influyen negativamente

11. ¿Recomendaría el Hotel Punta Islita a otros por sus prácticas ecológicas?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

12. ¿Qué tan probable es que regrese al hotel en el futuro debido a su compromiso con la sostenibilidad?

Marca solo un óvalo.

- Muy probable
 Probable
 Poco probable
 No regresaría

13. En su opinión, ¿cómo compararía las prácticas sostenibles del Hotel Punta Islita con otros hoteles que ha visitado?

Marca solo un óvalo.

- Mucho mejor
 Un poco mejor
 Igual
 Un poco peor
 Mucho peor

14. ¿Considera que las actividades de reciclaje mejoran la reputación del hotel en términos de sostenibilidad?

Marca solo un óvalo.

- Sí, mucho
 Sí, un poco
 No noto la diferencia
 No, no mejora

15. ¿Cree que las prácticas sostenibles del hotel aumentan su atractivo para clientes ecológicamente conscientes?

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4

Muc No lo disminuyen

16. ¿Qué otro tipo de iniciativas sostenibles le gustaría ver implementadas en el hotel?

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.