

Serie novedades y mejores prácticas para el sector profesional

¿Cuánto está dispuesto el turista a pagar por la eco-sostenibilidad en hoteles?

CC: Cátedra de Gestión Turística, Empleo y Desarrollo (Universidad de Granada).

Autores:

José Alberto Castañeda García, Julio Vena Oya, Daniel Pérez Troncoso, Miguel Ángel Rodríguez Molina

Citar como:

Castañeda, J.A., Vena-Oya, J., Pérez-Troncoso, D., Rodríguez-Molina, M.A. (2023). ¿Cuánto está dispuesto el turista a pagar por la eco-sostenibilidad en hoteles? Cátedra de Gestión Turística, Empleo y Desarrollo (Universidad de Granada). Disponible en: <https://catedraturismo.ugr.es/>
<https://digibug.ugr.es/handle/10481/80550>



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



CÁTEDRA
Andalucía
GESTIÓN TURÍSTICA, EMPLEO Y DESARROLLO
— Granada —

¿Cuánto está dispuesto el turista a pagar por la eco-sostenibilidad en hoteles?

Introducción

Este trabajo pretende identificar aquellas actividades relacionadas con la sostenibilidad en cuatro ámbitos presentes en el sector hotelero, el ahorro y la gestión eficiente del agua, la eficiencia energética, el aprovisionamiento y el desperdicio de recursos; por las que el turista está dispuesto a pagar un precio superior al habitual. Además de estas áreas mencionadas, también se evaluará la relevancia que el turista aplica a que un hotel disponga de una eco-certificación.

Como consecuencia de los objetivos marcados en la Agenda 2030, la ecología se ha situado como uno de los criterios clave para evaluar el desempeño de una compañía (Friede et al., 2015), convirtiéndola en el centro del debate público-privado en el sector turístico.

Debido a ello, cada vez son más los hoteles que inician proyectos de eco-sostenibilidad en varias áreas de sus negocios (Elkhwesky, 2022). A pesar de estos proyectos, la mayoría de estas acciones son habitualmente catalogadas como de “low cost”, dada la alta inversión que suponen desarrollar algunas de las iniciativas de sostenibilidad (Singh et al., 2014).

Esta apuesta por la sostenibilidad ecológica debe de realizarse de una forma racional, ya que no puede o no debe anteponerse a los intereses comerciales del negocio (Kautonen et al. 2020) y sin considerar los retornos sobre las inversiones que conllevan muchas de las actividades de protección del medioambiente (Phillips, 2010). Siguiendo este razonamiento, Kasim (2004) sugiere que una empresa debe de considerar el coste real de transición hacia un modelo de negocio basado en la sostenibilidad y lo que el cliente estaría dispuesto a pagar por ello.

Dado que el sector hotelero está apostando de forma decidida por introducir certificaciones y medidas orientadas a la eco-sostenibilidad, esta investigación analiza, empleando la metodología causal de experimentos de elección discreta sobre una muestra de 598 turistas de 4 países que difieren en sus actitudes y comportamientos ecológicos, la propensión a pagar más por habitaciones de hoteles que desarrollan prácticas de sostenibilidad en los ámbitos de ahorro de agua, energía, aprovisionamiento y desperdicio. Además, se cuantifica el valor para el turista de una eco-certificación del hotel.

Metodología

Para la realización de este estudio, se eligió un país de destino, España, y una muestra de turistas provenientes de cuatro países, Alemania, Reino Unido, Francia e Italia. El trabajo de campo fue desarrollado entre mayo y junio de 2022, mediante la realización de una serie de cuestionarios a una muestra objetivo compuesta por personas que realizan turismo al menos una vez al año y suelen hospedarse en hoteles.

Se obtuvo una muestra de 598 cuestionarios válidos, formada por 158 alemanes, 149 franceses, 142 británicos y 149 italianos.

¿Cuánto está dispuesto el turista a pagar por la eco-sostenibilidad en hoteles?

Para analizar si un turista está dispuesto a pagar un sobrepago por aquellos hoteles que realizan acciones sostenibles y poseen una eco-certificación, se decidió por los experimentos de elección discreta (DCEs), en los cuales una serie de encuestados declaran sus preferencias respecto a varios escenarios caracterizados por distintas características y niveles. Los resultados de las encuestas son utilizados para analizar la intensidad de las preferencias por cada una de las características de los escenarios y su disposición a pagar.

Desde 2021 Google Travel comenzó a identificar a aquellos hoteles que desarrollaban prácticas ecológicas, incluyendo una relación de las mismas dentro de la ficha de información que aportan de cada hotel y distinguiendo con una etiqueta ecológica aquellos que habían sido certificados por una organización independiente.

Para los atributos del DCE se emplean las cuatro categorías que Google Travel diferencia en la información acerca de sostenibilidad de hoteles: conservación del agua, abastecimiento sostenible, reducción de residuos y eficiencia energética. El quinto y sexto atributo corresponden respectivamente a la posesión o no del eco-certificado y al precio de la habitación.

Resultados

En la Tabla 1 pueden observarse los resultados de la regresión de parámetros aleatorios. Los coeficientes deben ser interpretados como la utilidad que obtienen el individuo medio de cada una de las características del servicio provisto (en este caso, los atributos ecológicos del hotel) en referencia al nivel base (cuando los hoteles no declaran ninguna acción en ese atributo ecológico).

En conjunto, el atributo más importante es poseer o no la certificación ecológica, puesto que resume el conjunto de acciones a favor de la sostenibilidad que realiza el hotel. Respecto al resto de prácticas, específicamente, los grifos de bajo consumo, y el abastecimiento de productos ecológicos son los niveles más valorados. Los niveles menos valorados son las medidas de reutilización de ropa y toallas, el reciclaje de residuos, el abastecimiento con productos locales y las medidas relacionadas con el consumo energético.

¿Cuánto está dispuesto el turista a pagar por la eco-sostenibilidad en hoteles?

Tabla 1. Resultados de la regresión de parámetros aleatorios

	Coefficiente estimado	Disposición a pagar (% respecto al precio medio)
Eco-certificado	0.6401	13.42 € (+8.27%)
Ahorro de agua		
Reutilización de ropa y toallas	0.1838	3.85 € (+2.37%)
Grifos de bajo consumo	0.7978	12.88 € (+7.94%)
Abastecimiento		
Local	0.2866	6.01 € (+3.70%)
Ecológico	0.8242	11.27 € (+6.95%)
Residuos		
Reciclaje de residuos	0.2606	5.46 € (+3.36%)
Reducción de residuos	0.6196	7.53 € (+4.64%)
Energía		
Ahorro energético	0.2948	6.18 € (+3.81%)
Energías renovables	0.5828	6.04 € (+3.72%)
Precio	-0.0477	--

Conclusiones

Los resultados muestran que la disposición a pagar por prácticas de sostenibilidad “low cost” es la mitad de lo que se está dispuesto a pagar por prácticas de alto valor, y que una eco-certificación permite aumentar el precio medio de la habitación en un 8%. Sin embargo, no todos los turistas valoran positivamente las distintas prácticas de sostenibilidad, encontrando incluso segmentos con utilidades negativas en algunas de estas prácticas.

En definitiva, apostar por la sostenibilidad en el sector hotelero debe considerarse como una inversión que puede, incluso, ser rentable.

¿Cuánto está dispuesto el turista a pagar por la eco-sostenibilidad en hoteles?

Referencias bibliográficas:

- Elkhwesky, Z. (2022). A systematic and major review of proactive environmental strategies in hospitality and tourism: Looking back for moving forward. *Business Strategy and the Environment*.
- Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of sustainable finance & investment*, 5(4), 210-233.
- Kautonen, T., Schillebeeckx, S. J., Gartner, J., Hakala, H., Salmela-Aro, K., & Snellman, K. (2020). The dark side of sustainability orientation for SME performance. *Journal of business venturing insights*, 14, e00198.
- Phillips, P. P. (2010). *Green scorecard: measuring the return on investment in sustainability initiatives*. Hachette UK.
- Singh, N., Cranage, D., & Lee, S. (2014). Green strategies for hotels: Estimation of recycling benefits. *International Journal of Hospitality Management*, 43, 13-22.