

Madeline Melchor Cardona
José Olivar Mosquera Mosquera
Juan Carlos Aguilar Joyas
(organizadores)



La Gestión Verde en los Hoteles



Atena
Editora
Año 2024

Madeline Melchor Cardona
José Olivar Mosquera Mosquera
Juan Carlos Aguilar Joyas
(organizadores)



La Gestión Verde en los Hoteles



Atena
Editora
Año 2024

Editora jefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora ejecutiva

Natalia Oliveira

Asistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecario

Janaina Ramos

Proyecto gráfico

Ellen Andressa Kubisty

Luiza Alves Batista

Nataly Evilin Gayde

Thamires Camili Gayde

Imágenes de portada

iStock

Edición de arte

Luiza Alves Batista

2024 por *Atena Editora*

Copyright © *Atena Editora*

Copyright do texto © 2024 El autor

Copyright de la edición © 2024 *Atena Editora*

Derechos de esta edición concedidos a *Atena Editora* por el autor.

Open access publication by *Atena Editora*



Todo el contenido de este libro tiene una licencia de Creative Commons Attribution License. Reconocimiento-No Comercial-No Derivados 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

El contenido del texto y sus datos en su forma, corrección y confiabilidad son de exclusiva responsabilidad del autor, y no representan necesariamente la posición oficial de *Atena Editora*. Se permite descargar la obra y compartirla siempre que se den los créditos al autor, pero sin posibilidad de alterarla de ninguna forma ni utilizarla con fines comerciales.

Los manuscritos nacionales fueron sometidos previamente a una revisión ciega por pares por parte de miembros del Consejo Editorial de esta editorial, mientras que los manuscritos internacionales fueron evaluados por pares externos. Ambos fueron aprobados para su publicación en base a criterios de neutralidad académica e imparcialidad.

Atena Editora se compromete a garantizar la integridad editorial en todas las etapas del proceso de publicación, evitando plagios, datos o entonces, resultados fraudulentos y evitando que los intereses económicos comprometan los estándares éticos de la publicación. Las situaciones de sospecha de mala conducta científica se investigarán con el más alto nivel de rigor académico y ético.

Consejo Editorial**Ciencias Humanas y Sociales Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Profª Drª Aline Alves Ribeiro – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia
Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora
Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa
Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade de Coimbra
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Caroline Mari de Oliveira Galina – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Eufemia Figueroa Corrales – Universidad de Oriente: Santiago de Cuba
Profª Drª Fernanda Pereira Martins – Instituto Federal do Amapá
Profª Drª Geuciane Felipe Guerim Fernandes – Universidade Estadual de Londrina
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Joachin de Melo Azevedo Sobrinho Neto – Universidade de Pernambuco
Prof. Dr. João Paulo Roberti Junior – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Jodeylson Islony de Lima Sobrinho – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Profª Drª Juliana Abonizio – Universidade Federal de Mato Grosso
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Profª Drª Kátia Farias Antero – Faculdade Maurício de Nassau
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Lisbeth Infante Ruiz – Universidad de Holguín
Profª Drª Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Marcela Mary José da Silva – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Profª Drª Mônica Aparecida Bortolotti – Universidade Estadual do Centro Oeste do Paraná
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro Oeste
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanesa Bárbara Fernández Bereau – Universidad de Cienfuegos
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Freitag de Araújo – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Federal da Bahia
Universidade de Coimbra
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

La gestión verde en los hoteles

Diagramación: Camila Alves de Cremo
Corrección: Yaiddy Paola Martinez
Indexación: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisión: Los autores
Organizadores: Madeline Melchor Cardona
José Olivar Mosquera Mosquera
Juan Carlos Aguilar Joyas

Datos de catalogación en publicación internacional (CIP)

G393 La gestión verde en los hoteles / Organizadores Madeline Melchor Cardona, José Olivar Mosquera Mosquera, Juan Carlos Aguilar Joyas, et al. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2024.

Formato: PDF

Requisitos del sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acceso: World Wide Web

Incluye bibliografía

ISBN 978-65-258-2986-9

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.869242811>

1. Gestión ambiental - Hoteles. I. Cardona, Madeline Melchor (Organizadora). II. Mosquera, José Olivar Mosquera (Organizador). III. Joyas, Juan Carlos Aguilar (Organizador). IV. Título.

CDD 658.408

Preparado por Bibliotecario Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARACIÓN DEL AUTOR

Para efectos de esta declaración, el término 'autor' se utilizará de forma neutral, sin distinción de género o número, salvo que se indique lo contrario. De esta misma forma, el término 'obra' se refiere a cualquier versión o formato de creación literaria, incluidos, pero no limitando a artículos, e-books, contenidos en línea, de acceso abierto, impresos y/o comercializados, independientemente del número de títulos o volúmenes. El autor de esta obra: 1. Atestigua que no tiene ningún interés comercial que constituya un conflicto de intereses en relación con la obra publicada; 2. Declara que participó activamente en la elaboración de la obra, preferentemente en: : a) Concepción del estudio, y/o adquisición de datos, y/o análisis e interpretación de datos; b) Preparación del artículo o revisión con el fin de que el material sea intelectualmente relevante; c) Aprobación final de la obra para su presentación; 3. Certifica que la obra publicada está completamente libre de datos y/o resultados fraudulentos; 4. Confirma la citación y referencia correcta de todos los datos e interpretaciones de datos de otras investigaciones; 5. Reconoce haber informado todas las fuentes de financiamiento recibidas para realizar la investigación; 6. Autoriza la edición de la obra, que incluye registros de la ficha catalográfica, ISBN, DOI y otros indexadores, diseño visual y creación de portada, maquetación del núcleo, así como su lanzamiento y difusión según los criterios de Atena Editora.

DECLARACIÓN DE LA EDITORIAL

Atena Editora declara, para todos los efectos legales, que: 1. La presente publicación sólo constituye una cesión temporal de los derechos de autor, del derecho de publicación, y no constituye responsabilidad solidaria en la creación de la obra publicada, en los términos de la Ley de Derechos de Autor (Ley 9610/98), del art. 184 del Código Penal y del art. 927 del Código Civil; 2. Autoriza e incentiva a los autores a firmar contratos con repositorios institucionales, con el fin exclusivo de divulgar la obra, siempre que se reconozca debidamente la autoría y edición y sin ningún fin comercial; 3. La editorial puede poner la obra a disposición en su sitio web o aplicación, y el autor también puede hacerlo a través de sus propios medios. Este derecho solo se aplica en caso de que la obra no se comercialice a través de librerías, distribuidores o plataformas asociadas. Cuando la obra se comercialice, los derechos de autor se cederán al autor al 30% del precio de cubierta de cada ejemplar vendido; 4. Todos los miembros del consejo editorial son doctores y están vinculados a instituciones públicas de educación superior, conforme a lo recomendado por CAPES para la obtención del libro Qualis; 5. De conformidad con la Ley General de Protección de Datos (LGPD), la editorial no cede, comercializa o autoriza el uso de los nombres y correos electrónicos de los autores, ni ningún otro dato sobre los mismos, para cualquier finalidad que no sea la divulgación de esta obra.

INTRODUCCIÓN 1

Madeline Melchor Cardona
 José Olivar Mosquera Mosquera
 Juan Carlos Aguilar Joyas

- i. Imagen de marca, gestión del talento humano y gestión contable frente al desafío de la sostenibilidad verde..... 1
- ii. Regulaciones para la sostenibilidad en hoteles..... 3
- iii. Metodología..... 7

CAPÍTULO 1 10

LA GESTIÓN HUMANA VERDE

Juan Carlos Aguilar Joyas
 Ana Judith Paredes Chacín
 Tania Margarita Mackenzie Torres

- 1.1 Conceptualización de la Gestión de Recursos Humanos Verde (GHRM). 11
- 1.2 Prácticas de sostenibilidad verde en los hoteles, asociada a la gestión del talento humano. 15
- 1.3 Acciones para desarrollar la gestión verde del talento humano..... 19

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8692428111>

CAPÍTULO 2 26

CONTABILIDAD VERDE

José Olivar Mosquera Mosquera

- 2.1 Conceptualización de la Contabilidad Ambiental o Verde..... 28
- 2.2 Prácticas de sostenibilidad verde en los hoteles, asociada a la contabilidad 30
- 2.3 Acciones para desarrollar la gestión en contabilidad ambiental..... 32

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8692428112>

CAPÍTULO 3 42

MARCA VERDE

Madeline Melchor Cardona

- 3.1 Conceptualización de la Marca Verde 44
- 3.2 Prácticas de sostenibilidad verde en los hoteles, asociada a la marca..... 45
- 3.3 Acciones para constituir una marca verde 47

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8692428113>

CONCLUSIONES52

Madeline Melchor Cardona

<https://orcid.org/0000-0003-1080-6203>

José Olivar Mosquera Mosquera

<https://orcid.org/0000-0002-0408-9140>

Juan Carlos Aguilar Joyas

<https://orcid.org/0000-0003-0839-6065>

I. IMAGEN DE MARCA, GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y GESTIÓN CONTABLE FRENTE AL DESAFÍO DE LA SOSTENIBILIDAD VERDE

La gestión de las organizaciones para el Desarrollo Sostenible (DS), es una imperiosa necesidad para la conservación del planeta y se ha convertido en un elemento de presión, por parte de los stakeholders, que reclaman a las empresas el que amplíen sus perspectivas hacia metas medio ambientales y sociales, más allá de lo que sus procesos productivos aporten a sus resultados financieros. Estos cambios requeridos, son los que llevan hacia el camino de lograr empresas sostenibles en el marco de lo que el DS ha definido.

Las empresas están considerando cada vez más la sostenibilidad como parte de su estrategia de negocio articulada a su responsabilidad social. Cohen *et al.* (2012) sostienen que aspectos de sostenibilidad, como la gestión medioambiental, la responsabilidad en el lugar de trabajo, la protección de los derechos humanos y la cultura corporativa puede ser progresivamente parte de la legitimidad social de una organización, lo que puede conducir al mejoramiento en la reputación, la productividad, la retención de empleados y su compromiso, la eficacia en función de los costos, el control del riesgo, la innovación y la expansión del mercado.

En el marco de las acciones para la sostenibilidad en las empresas, se han venido trabajando en el campo de los Recursos Humanos bajo el concepto de Green Human Resource Management (GHRM), en la contabilidad bajo el concepto de Green Accountability y en la comercialización de productos, desde la gestión de marca con la Green Brand.

La primera, relacionada con la gestión verde de los recursos humanos, lo explica Jabbour *et al.* (2013) como una línea de investigación con el objetivo de realizar una gestión ambiental en la organización a través de la alineación de las prácticas de gestión de los recursos humanos. Las prácticas relativas a los recursos humanos desempeñan un rol crítico en la implementación y mantenimiento de sistemas de gestión ambiental y el desarrollo de innovaciones

y productos con menor impacto medioambiental. Renwick, Redman y Maguire (2013) explican la necesidad de identificar, desde los criterios utilizados en los procesos de selección, el personal con conciencia ambiental, además el medir el impacto de la formación del empleado en medio ambiente para conocer su efecto en el desempeño ambiental en la organización, lo que aporta en la transición hacia prácticas verdes en los recursos humanos

La segunda acción hacia la sostenibilidad se relaciona con la contabilidad verde o ambiental explicada por Sánchez y Castelán, (2015), así: “consiste en la creación de sistemas y técnicas que permiten evaluar, cuantificar, registrar e informar los costos de los impactos ambientales para reflejar pasivos contingentes, reevaluar activos, reservar capitales y generar valor, se llama así porque repercute directamente en la protección del ambiente, pero beneficia a las empresas en términos financieros” (p. 52), de esta manera la contabilidad aporta en la valoración del impacto ambiental de las organizaciones ayudando en el control necesario para seguimiento y mejoramiento del mismo.

Además de la importancia que tiene para las organizaciones, el llevar control sobre su impacto ambiental a partir de las prácticas que implementan en sus procesos internos, es necesario anotar que, en Colombia, las empresas que implementen buenas prácticas ambientales cuentan con beneficios a nivel tributario y fiscal. Este contexto, hace necesario que cada vez más, las empresas requieran la inclusión de la contabilidad ambiental en su sistema contable, por lo cual requieren conocer de una manera estructurada, los elementos que deben tener en cuenta para iniciar o continuar con la implementación de la contabilidad ambiental.

La tercera acción para la sostenibilidad está enfocada hacia la gestión de marca verde la cual consiste en la construcción y desarrollo de marcas que le apuesten a una gestión central, enfocada al desarrollo de productos que minimicen los impactos que la industria, el consumo y en general la sociedad, le han generado al medioambiente.

Alwi y Kitchen (2014) afirmaron que el valor de la marca es un indicador del enfoque global de la marca. La marca verde puede definirse como una estrategia de marketing en la que los consumidores asocian las marcas o los productos con la sostenibilidad y la conservación del medio ambiente. Según Loučanová et al. (2021) “los consumidores suelen percibir una marca basándose en sus recuerdos asociados, y esa percepción acaba generando su imagen global de la marca. Por lo tanto, una imagen de marca verde es un conjunto de percepciones de la marca en la mente de los consumidores que se asocia con preocupaciones y compromisos medioambientales.” (p. 2)

Se observa entonces que las organizaciones requieren de varios elementos para definir la marca verde de sus productos, teniendo en cuenta el

mercado, el consumidor y sus procesos de producción, por lo que es necesario comprender las principales características de las marcas verdes, identificando los factores que afectan su posicionamiento, la disposición de los consumidores para adquirirlos, al igual que las herramientas de comunicación y promoción.

El presente libro es el resultado de una investigación que se enfoca en el componente ambiental, para documentar, explicar y entregar de forma clara y estructurada, los elementos que las empresas deben y pueden implementar en tres importantes áreas de la gestión empresarial: talento humano, contabilidad y marca. Jones y Newsome (2015), argumenta que cuando las organizaciones no incorporan una estrategia sólida de sostenibilidad, puede suceder que los cambios que se incorporen sean pocos y aun así siga siendo efectivo el trabajo que se realiza, sin embargo, en el mediano y largo plazo no se lograría un cambio permanente lo cual resulta evidente para los stakeholders, disminuyendo su imagen como empresa sostenible. El autor resalta que algunas empresas ignoran la forma efectiva de impulsar temáticas ambientales, sociales y económicas, de igual manera subestiman los patrones actuales de consumo, lo que hace que estas empresas no sean perdurables en el tiempo

Se presenta la revisión y recopilación de las mejores prácticas y normatividad asociada a la implementación de prácticas de sostenibilidad verde en los procesos administrativos, desde la gestión verde de los recursos humanos, la contabilidad verde y la gestión de la marca verde, con el fin de orientar los requerimientos para implementar prácticas de sostenibilidad verde en los procesos definidos. La investigación se enfocó en el sector hotelero del Valle del Cauca, en tanto se da respuesta contextualizada a este sector, desde los planteamientos definidos previamente.

II. REGULACIONES PARA LA SOSTENIBILIDAD EN HOTELES

En este capítulo se explica la compilación de normas de obligatorio cumplimiento y las voluntarias representadas en los premios y sellos asociados con la sostenibilidad en los hoteles

a. Normatividad de obligatorio cumplimiento

Se documentaron las normas asociadas a las prácticas verdes del sector hotelero que son de obligatorio cumplimiento, se explica el objetivo de cada una de ellas, así como la entidad y el año de emisión. El listado se encuentra explícito en cada proyecto. Para este informe que es el programa, se explica en un resumen.

Se listan 2 leyes, 1 decreto, 1 resolución, emitidas por el gobierno colombiano que son de obligatorio cumplimiento y que rigen la gestión administrativa de los hoteles. De esta manera la Ley 99 establece 14 principios que rigen las prácticas medioambientales en el país, tanto para entidades público- privadas, como para personas naturales y jurídicas. La Ley 1558 regula la conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible. El decreto 1074 establece indicadores de competitividad del gremio y la Resolución 0657 establece la clasificación por estrellas de los establecimientos que cumplen con los criterios para ser considerados hoteles.

Existen 5 normas emitidas por Icontec, por la organización nacional de acreditación y por el organismo internacional para la estandarización.

La norma de Icontec 5133 miden el uso de material reciclado, biodegradabilidad, reducción de uso de recursos naturales, energía o generación de residuos y la sectorial colombiana 006, define la clasificación de los establecimientos de alojamiento y hospedaje y las características de calidad en los servicios ofrecidos y de infraestructura.

La norma ISO 14001 identifica los impactos del medio ambiente del sector hotelero, a partir de la optimización de los procesos. La norma ISO 14000 promueve el cuidado del medio ambiente desde el ciclo Planear, Hacer, Verificar y Actuar, -PHVA-, para minimizar el impacto de las acciones realizadas y demostrar su compromiso con el medio ambiente.

La norma ISO15001 ayuda a las organizaciones a implantar una política energética y a gestionar adecuadamente los aspectos energéticos derivados de su actividad, como son los servicios, instalaciones, productos, para ahorrar y cuantificar el costo energético en las organizaciones.

b. Normas y certificaciones asociadas a las prácticas verdes del sector hotelero - Voluntarias - Rigen en Colombia

La norma ISO9001 define la forma en que opera una organización para cumplir con los requisitos de sus clientes y partes interesadas y cuenta con indicadores de cuidado del medio ambiente. La norma ISO22000 establece los requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria y tiene por objeto garantizar la cadena de suministro de alimentos. La norma ISO45001 especifica requisitos para un sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo (SST) para contar con lugares de trabajo seguros y saludables previniendo las lesiones y el deterioro de la salud relacionados con el trabajo.

La certificación Green Globe exige a las empresas turísticas los más altos estándares internacionales en materia de viajes sostenibles. Se debe en gran

parte a la creciente demanda de los viajeros de vivir experiencias de viaje que protejan tanto el medio ambiente como la comunidad local.

El certificado Green Key Global representa la promesa de un establecimiento a sus huéspedes de que, al optar por permanecer en dicho establecimiento, están ayudando a marcar la diferencia a nivel ambiental y de sostenibilidad. Los altos estándares ambientales que se esperan de estos establecimientos se mantienen a través de una documentación rigurosa y auditorías frecuentes.

El certificado Travelife ha sido diseñado como un sistema justo y asequible que ayuda a operadores turísticos y agencias de viajes a mejorar en la gestión ambiental y social mediante el cumplimiento de unos criterios de sostenibilidad.

El certificado green seal busca el uso de productos más seguros y ecológicos para la limpieza de forma que no contaminen el medio ambiente, agoten los recursos naturales ni contengan sustancias químicas nocivas para la salud humana.

El certificado Audubon International se enfoca en educación ambiental y manejo sostenible de recursos naturales, también certifica propiedades de hotelería. Ofrece verificación externa a hoteles que cumplen una serie específica de estándares ambientales, con enfoque en la calidad del agua, la conservación de recursos, la reducción de desperdicios y la eficiencia energética.

Global Sustainable Tourism se ofrece al sector turístico como un mecanismo independiente y de aplicación voluntaria para la verificación y comprobación de su desempeño sostenible, mediante la implementación de una metodología de auditoría de gestión, certificación y monitoreo permanente, que busca reconocer a aquellas empresas cuyas prácticas sean económica, social, cultural y ambientalmente responsables.

El premio Travelers choice reconoce a los mejores establecimientos turísticos en términos de servicio, calidad, satisfacción del cliente.

c. Normas y certificaciones asociadas a las prácticas verdes del sector hotelero - Voluntarias - Rigen en otros países

EarthCheck incluye un riguroso proceso que evalúa todas las categorías de alojamiento, desde pequeños albergues y apartamentos con servicio hasta resorts enormes. La evaluación reúne criterios, como eficiencia energética, ordenamiento territorial, protección de la calidad del aire, gestión de desechos, emisión de gases de efecto invernadero y gestión social y cultural

Green Tourism reconoce el compromiso de las empresas turísticas que trabajan activamente para ser más sostenibles. Los premios Bronce/Plata/Oro son reconocidos en todo el mundo como un indicador de buenas prácticas

respetuosas con el medio ambiente, y son una excelente manera de avanzar en un viaje ecológico, además de actuar como un sello distintivo de 'calidad ecológica', atrayendo clientes de un número cada vez mayor de visitantes ecologistas.

Sustainable Travel Ireland - La certificación de Viajes Sostenibles de Irlanda asegura a los turistas que su empresa está comprometida con prácticas sostenibles. Significa que su empresa ha cumplido con los requisitos globales mínimos establecidos por el Consejo Mundial de Turismo Sostenible (GSTC). Esta certificación garantiza un equilibrio entre una empresa, la sociedad en la que opera y el entorno.

European Ecotourism Labeling Standard -EETLS documentó las mejores prácticas internacionales que condujeron a un conjunto de criterios e indicadores adecuados para garantizar la calidad de los servicios de ecoturismo. El EETLS tiene como objetivo proporcionar una dimensión europea de la certificación de calidad del ecoturismo, ofreciendo la posibilidad de una señal de cumplimiento de EETLS integrada en las etiquetas existentes.

Energy Star busca crear beneficios ambientales y valor económico mediante el logro de una eficiencia energética.

Certificación de turismo sostenible (cst) creado en Costa Rica para dirigir al turismo hacia metodologías más sostenibles, esta certificación ha adquirido enorme aceptación en todos los países de América Central.

GREAT Green Deal se ofrece al sector turístico como un mecanismo independiente y de aplicación voluntaria para la verificación y comprobación de su desempeño sostenible, mediante la implementación de una metodología de auditoría de gestión, certificación y monitoreo permanente, que busca reconocer a aquellas empresas cuyas prácticas sean económica, social, cultural y ambientalmente responsables.

Hoteles + Verdes (Argentina). La certificación Hoteles Más Verdes, que cumple con los estándares del Consejo Global de Turismo Sostenible, permite a los hoteles de la Argentina obtener tres niveles de certificación: bronce, plata y oro.

Fair Trade Tourism - sus criterios de referencia incluyen salarios y condiciones laborales equitativos, compras y operaciones razonables, reparto imparcial de beneficios y respeto por los derechos humanos, la cultura y el medio ambiente.

Ecotourism (Kenia) - el objetivo de esta certificación es promover las prácticas turísticas que preserven el patrimonio cultural y los recursos naturales. Su calificación ecológica evalúa el desempeño de propiedades con criterios de referencia ambiental, monetaria y sociocultural.

Green Star Hotel (Egipto) - creado por la asociación de hoteles de Egipto y respaldado por el Ministerio de Turismo de ese país, la certificación Green Star Hotel monitorea la gestión ambiental y las prácticas de alimentos y bebidas, funciones y experiencia del huésped en hoteles.

El programa Eco Certification acredita visitas guiadas, alojamientos y atracciones que se enfocan en la naturaleza. Ofrece tres niveles de certificaciones: turismo en la naturaleza, ecoturismo y ecoturismo avanzado.

Asian Eco-tourism Standard for Accommodations se enfoca en alojamientos, complejos turísticos y propiedades que ofrecen actividades ecológicas en la región APAC.

Green Tourism Active - entidad reconocida por GSTC, ofrece verificación en la propiedad y certificaciones. Sus evaluaciones incluyen prácticas sostenibles sobre consumo de energía, conservación de recursos hídricos, adquisiciones sostenibles, conservación cultural y prácticas del personal.

Distinción en Turismo Sustentable (Chile) - el gobierno chileno ha creado este estándar para promover el turismo sostenible en el país. Su certificación se enfoca en estándares monetarios, socioculturales y medioambientales, los cuales se dividen en 57 criterios de evaluación

III. METODOLOGÍA

El proyecto se desarrolló bajo un enfoque cualitativo que comprende las siguientes fases.

La primera fase, se fundamenta el tipo de investigación documental para lo cual se desarrollaron las siguientes actividades:

Compilación de la normatividad específica asociada al sector, relacionada con prácticas sostenibles. Se refiere a la búsqueda y compilación de normas de obligatorio cumplimiento. Para tal fin, se consultaron Leyes y Decretos del congreso de Colombia, la Norma Técnica Sectorial Colombiana emitida por Icontec y las normas ISO emitidas por el Organismo Nacional de Acreditación y la Organización Internacional para la Estandarización.

Compilación de premios y sellos asociados con la sostenibilidad en los hoteles, que son de carácter voluntario para su implementación y que rigen para Colombia. Para el desarrollo de este ejercicio se revisaron diferentes fuentes de información: Organismo nacional de acreditación, organismo internacional de estandarización, empresa global de certificación de sostenibilidad – green globe; Foundation for Environmental Education (FEE), Association of British Travel Agents; Green Seal; Global Sustainable Tourism Council (GSTC).

Compilación de premios y sellos asociados con la sostenibilidad en los hoteles, que son de carácter voluntario para su implementación y que rigen en

otros países. Para el desarrollo de este ejercicio se revisaron diferentes fuentes de información: EarthCheck (Australia); Green Tourism (Reino Unido); Sustainable Travel Ireland (Irlanda); European Ecotourism Labeling Standard (EETLS) (Europa); Energy Star (Estados Unidos); Certificación de turismo sostenible (Costa Rica); GREAT Green Deal (global); Hoteles + Verdes (Argentina); Fair Trade Tourism (África del sur); Ecotourism (Kenia); Green Star Hotel (Egipto); Eco Certification (Australia); Asian Eco-tourism Standard for Accommodations (Japón); Green Tourism Active (Sudafrica); Travelers choice (global); Distinción en Turismo Sustentable (Chile).

La segunda fase se consolida a partir de la contrastación y explicación de la información compilada en la primera fase y una segunda fase de recolección de información primaria, haciendo uso del instrumento de entrevista en profundidad a los gerentes de los hoteles de categoría grande y mediano, para lo cual se trabajó con una muestra de 7 hoteles.

La entrevista busca identificar qué están haciendo los hoteles en el marco de los 3 elementos de gestión verde, (gestión humana, contabilidad y marca), así mismo, precisar los impulsores y los limitantes para su gestión en sostenibilidad verde y la disposición que consideran tener para incluir aspectos sostenibles en su gestión. Se midieron los siguientes aspectos: cultura organizacional y su asociación con la gestión ambiental, las prácticas de sostenibilidad ambiental que han implementado, el sistema de medición con el que cuentan para la gestión ambiental, temas específicos asociados a la gestión humana y preguntas asociadas a la sostenibilidad ambiental como estrategia.

La tercera fase comprende la articulación de los resultados, haciendo una consolidación de lo expresado por los gerentes de los hoteles entrevistados, frente al estado de implementación de la sostenibilidad ambiental. Se aplicó el muestreo no probabilístico de bola de nieve, el cual se utiliza cuando los participantes son difíciles de encontrar o cuando se trabaja con un subgrupo pequeño de la población. Dado que estas son las características de la población objeto de estudio, se aplicó dicho muestreo. De esta manera, uno de los directivos de la agremiación de hoteles, nos sugería los participantes, desde su disponibilidad e interés en la investigación.

Para este análisis se hizo un análisis cualitativo de la información recogida en las entrevistas que permitió precisar y ampliar la información acerca de la realidad de los hoteles, a la hora de su gestión verde en los tres elementos en estudio.

La cuarta fase comprende la validación integral de resultados de los proyectos, a través de la presentación de los resultados a un grupo de gerentes de hoteles, con el fin de revisar en conjunto la propuesta de la guía práctica

que permita direccionar acciones para constituir una marca verde. Entre los principales componentes para el análisis y la validación, se consideran la coherencia de la propuesta, de acuerdo con los tres elementos estudiados, así como la validez y vigencias de los constructos seleccionados desde la percepción de los empresarios. Este proceso se realizó a partir de la revisión conjunta con representantes del sector.

LA GESTIÓN HUMANA VERDE

Data de aceite: 01/10/2024

Juan Carlos Aguilar Joyas

<https://orcid.org/0000-0003-0839-6065>

Ana Judith Paredes Chacín

Universidad Autónoma de Occidente
<https://orcid.org/0000-0001-6612-8486>

Tania Margarita Mackenzie Torres

Universidad Autónoma de Manizales
<https://orcid.org/0000-0002-4484-4921>

RESUMEN: El desarrollo de estrategias de gestión verde del talento humano en las organizaciones es un tema emergente de investigación. Su referencia en el contexto colombiano amerita ser entendida como una necesidad, toda vez que hoy las organizaciones deben direccionar acciones hacia el cuidado y minimización del impacto ambiental para proyectarse como empresas sostenibles. Desde esta perspectiva, el objetivo de la investigación describe las prácticas de sostenibilidad ambiental en la gestión del talento humano que pueden contribuir al mejoramiento en las micro, pequeñas y medianas empresas (mipyme) del sector hotelero en Santiago de Cali Colombia. Desde un método deductivo y un tipo de investigación analítico documental

se fundamenta su desarrollo. Además de la aplicación de un enfoque cualitativo a través del cual, se procede con la argumentación y el análisis crítico reflexivo a partir de la revisión teórica y de la normatividad específica asociada al sector, y las prácticas sostenibles. Proceso que permitió evidenciar un compendio de normas de obligatorio cumplimiento, de premios y sellos asociados con la sostenibilidad en los hoteles. En la actualidad son de carácter voluntario para su implementación en Colombia y en otros países. la investigación se complementa con el estudio empírico realizado en 7 hoteles de la ciudad de Cali entrevistas en profundidad a sus gerentes, permitiendo identificar sus acciones en cuanto a la gestión verde del talento humano (GHRM). Los principales hallazgos muestran la etimología de la Gestión Verde de los Recursos Humanos (GHRM) asociada con la adopción de prácticas, políticas, comportamientos y procesos de aprendizaje que están dirigidos hacia el logro y mantenimiento del equilibrio ambiental, reflejados en la imagen de la empresa, la imagen de marca y la mejora de las relaciones con los clientes, proveedores, empleados y el gobierno. Desde el estudio empírico, se determinó el desarrollo de acciones de responsabilidad social básicas,

como el reciclaje, gestión de residuos, algunas certificaciones, que, aunque apuntan a una buena gestión, aún hay un desconocimiento de todo lo que implica la GHRM y de la amplia gama de certificados y sellos asociados. Se concluye, que los hoteles expresan su orientación de cuidado ambiental como un diferencial, pero se carece de un plan estratégico claro, así como fortalecer la cultura sobre el tema, por lo cual se sugiere la aplicación de la guía práctica para la gestión verde del talento humano diseñada.

PALABRAS CLAVE: Gestión humana verde, sostenibilidad ambiental, objetivos de desarrollo sostenible

ABSTRACT: The development of green management strategies for human talent in organizations is an emerging research topic. Its reference in the Colombian context deserves to be understood as a necessity, since today organizations must direct actions towards the care and minimization of environmental impact in order to project themselves as sustainable companies. From this perspective, the objective of the research describes the environmental sustainability practices in the management of human talent that can contribute to the improvement of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the hotel sector in Santiago de Cali, Colombia. Its development is based on a deductive method and a documentary analytical type of research. In addition to the application of a qualitative approach through which we proceed with the argumentation and reflexive critical analysis from the theoretical review and the specific regulations associated with the sector, and sustainable practices. This process made it possible to evidence a compendium of mandatory standards, awards and seals associated with sustainability in hotels. The research is complemented with the empirical study carried out in 7 hotels in the city of Cali, with in-depth interviews to their managers, allowing to identify their actions in terms of green human talent management (GHRM). The main findings show the etymology of Green Human Resource Management (GHRM) associated with the adoption of practices, policies, behaviors and learning processes that are directed towards the achievement and maintenance of environmental balance, reflected in the company's image, brand image and improved relations with customers, suppliers, employees and government. From the empirical study, it was determined the development of basic social responsibility actions, such as recycling, waste management, some certifications, which, although they point to good management, there is still a lack of knowledge of all that GHRM implies and of the wide range of associated certificates and seals. It is concluded that the hotels express their environmental care orientation as a differential, but there is a lack of a clear strategic plan, as well as strengthening the culture on the subject, for which the application of the practical guide for the green management of human talent designed is suggested.

KEYWORDS: Green human talent management; environmental sustainability, sustainable development goals

1.1 Conceptualización de la Gestión de Recursos Humanos Verde (GHRM).

A partir del siglo XXI se viene trabajado frente a la corriente de pensamiento de desarrollo humano y sostenible. El desarrollo de políticas verdes se ha hecho más evidente en los países debido al lanzamiento de programas como los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y los modelos de gestión de Recursos Humanos verdes (GHRM). Las

organizaciones han optado por llevar a cabo políticas y acciones alineadas a programas de sostenibilidad medioambiental.

La sostenibilidad es definida por la comisión Brundtland de las Naciones Unidas como lo que permite “satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus necesidades propias” (ONU, 1987, p.29). La preocupación de las Naciones Unidas sobre la sostenibilidad, hace que en el 2015 transmiten un documento titulado “Transformar nuestro mundo: la agenda 2030 para el desarrollo sostenible”. Esta agenda contempla los 17 objetivos del desarrollo sostenible para contribuir a la construcción de un futuro sostenible.

La literatura sobre HRM Verde es en gran medida occidental y, dada la importancia del desarrollo económico asiático para la gestión ambiental, esta es una brecha importante para trabajar en los países (Renwick et al., 2013, p. 3).

A partir del siglo XXI, las organizaciones responden frente a las cuestiones medioambientales “que va más allá de la prevención de la contaminación y la reducción del daño medioambiental” (Renwick et al., 2013). Y en el enfoque contemporáneo, hay una integración de los objetivos de la empresa y los objetivos medioambientales. Esta situación obliga a las organizaciones a adoptar prácticas de Gestión de Recursos Humanos - GHRM verde, es decir, “actividades de HRM que mejoran los resultados medioambientales positivos” (p. 4).

La GHRM verde es la inclusión de la conciencia medioambiental en todo el proceso de contratación, formación, recompensa y desarrollo de una mano de obra ecológica que comprenda y valore las prácticas y las iniciativas respetuosas con el medio ambiente. Así mismo, el comportamiento respetuoso con el medio ambiente de los empleados como factor crucial para aplicar con éxito políticas medioambientales en el lugar de trabajo (Kim et al., 2017).

Jabbour (2013, p. 147) la define como “la alineación sistemática y planificada de las prácticas típicas de gestión de los recursos humanos con los objetivos medioambientales de la organización”. La gestión ambiental vincula a la HRM verde, considerando al recurso humano como el alma de la organización y estimulan el éxito de su integración con la gestión ambiental (Jabbour, et. al. 2013; Renwick, 2008; Renwick et al. 2013; Mishra et al., 2014).

La gestión de recursos humanos verde se centra en el comportamiento ambiental de los empleados en la empresa, lo que, a su vez, los empleados pueden llevar a cabo ese patrón de consumo en su vida privada (Muster & Schrader, 2011). El principal objetivo de la gestión de recursos humanos verde es concientizar a los empleados de las complejidades de la gestión medioambiental, es decir, qué medidas son necesarias, cómo funciona y cómo ayuda al medio ambiente. Para generar comportamientos proambientales en los trabajadores son necesarios el compromiso de la dirección, el apoyo de la organización, de los supervisores y trabajar desde la creatividad y la innovación para las prácticas de GHRM (Renwick et al., 2013).

La HRM verde utiliza los recursos humanos en el proceso de aplicar la innovación para lograr un rendimiento medioambiental, la reducción de residuos, la responsabilidad social

y una ventaja competitiva mediante el aprendizaje y el desarrollo continuo y la adopción de objetivos y estrategias medioambientales plenamente integrados con los objetivos y estrategias de la organización. Así mismo, promover el comportamiento proambiental de los empleados en el lugar de trabajo (Renwick, 2008).

Mishra et al. (2014) menciona que uno de los principales objetivos de la HRM verde es tener una visión holística de la organización, que alinea a los empleados con la estrategia medioambiental de la empresa. Las actividades con un enfoque ecológico son difíciles de iniciar, ya que requieren un cambio sistémico, y cualquier cambio tiene que ser iniciado, aplicado y aceptado por los empleados.

Las iniciativas verdes dentro de HRM forman parte de programas más amplios de responsabilidad social corporativa, contempla esencialmente dos elementos principales, a saber, prácticas de recursos humanos respetuosas con el medio ambiente y la preservación del capital de conocimientos (Mandip, 2012).

A continuación, se presentan algunas de las definiciones de la gestión de recursos humanos verde -GHRM, de acuerdo con algunos autores:

Tabla 1. Definiciones Gestión de recursos humanos verdes - GHRM

Autor (año)	Definición
Zoogah (2011)	"como el uso de políticas, filosofías y prácticas de gestión de recursos humanos para promover el uso sostenible de los recursos empresariales y frustrar cualquier daño adverso que surja de preocupaciones ambientales en las organizaciones"
Renwick et al. (2013)	"actividades de HRM que mejoran los resultados medioambientales positivos"
Jabbour (2013)	"La alineación sistemática y planificada de las prácticas típicas de gestión de los recursos humanos con los objetivos medioambientales de la organización"
Mampra (2013)	"GRH ecológica como el uso de las políticas de GRH para fomentar el uso sostenible de los recursos dentro de las empresas y promover la causa del ecologismo o ambientalismo, lo que aumenta aún más la moral y la satisfacción de los empleados"
Marhatta & Adhikari (2013)	"es el uso de políticas de gestión de recursos humanos para promover el uso sostenible de los recursos dentro de las organizaciones y, de manera más general, promueve las causas de la sostenibilidad ambiental"
Mishra et al. (2014)	"visión holística, que alinea a los empleados con la estrategia medioambiental de la empresa"
Opatha & Arulrajah (2014)	"Se refiere a las políticas, prácticas y sistemas que hacen que los empleados de la organización sean ecológicos en beneficio del individuo, la sociedad, el medio ambiente y el negocio".
Tang et al. (2017)	"La gestión de recursos humanos verde incluye cinco dimensiones: reclutamiento y selección verdes, capacitación verde, gestión del desempeño verde, remuneración verde y recompensa y participación verde"
Libro Blanco de la Sostenibilidad en Recursos Humanos en España (2022)	"conjunto de políticas y prácticas de recursos humanos que incentive la conducta verde para crear una organización concienciada, eficiente en la optimización de recursos y socialmente responsable"

Fuente: Elaboración propia

Las organizaciones están utilizando diversas prácticas de gestión para facilitar el logro de los objetivos de GHRM y también tener un impacto significativo en la competitividad ambiental de las organizaciones. Daily y Huang (2001) propusieron que las organizaciones esencialmente necesitan equilibrar el crecimiento industrial y la preservación del medio ambiente porque se ha confirmado que, al respaldar prácticas verdes, las empresas pueden obtener más ganancias que antes (Murari y Bhandari, 2011).

El comportamiento medioambiental de una empresa puede utilizarse en el proceso de contratación para atraer talento (Jabbour, 2011). Las políticas distinguidas en el campo de la contratación, la gestión del desempeño y la evaluación, la capacitación y el desarrollo del personal, las relaciones con los empleados y los sistemas de recompensa se consideran herramientas poderosas para alinear a los empleados con la estrategia ambiental de una empresa (Renwick, 2008).

La GHRM es directamente responsable de crear una fuerza laboral verde que comprenda, aprecie y practique la iniciativa verde y mantenga sus objetivos verdes durante todo el proceso de HRM de reclutamiento, contratación, capacitación, compensación, desarrollo y avance del capital humano de la empresa (Mathapati, 2013).

Renwick et al. (2013) sugirieron que la selección, la contratación, la formación y el desarrollo de conocimientos medioambientales pueden considerarse componentes de la GRH verde. Las prácticas de HRM verde se enmarcan en 1) análisis y descripción de puestos; 2) contratación y selección formación; 3) desarrollo, rendimiento y evaluación, y 4) recompensas.

En una organización que trabaja para la mejora sostenida del comportamiento medioambiental, el análisis y las descripciones de los puestos de trabajo deben centrarse en los puestos que exigen conocimientos medioambientales, en particular los empleados que implicados directamente en la mejora del comportamiento medioambiental; animar a los empleados a ampliar sus conocimientos medioambientales y capacitar a los empleados para que se impliquen en cuestiones medioambiental (Jabbour, 2011).

Atraer empleados de alta calidad es un reto clave para RRHH en la “guerra del talento”. Los solicitantes de empleo prefieren organizaciones que reflejen sus valores personales. Debido a la creciente conciencia medioambiental, la reputación y la imagen de una organización de contratación desempeñan un papel cada vez más importante en las campañas de contratación (Renwick et al., 2013).

Tang et al. (2017) clasifican la contratación y la selección verde en tres aspectos: a) sensibilización ecológica de los candidatos, b) la marca ecológica del empleador, y c) los criterios ecológicos utilizados para atraer a los candidatos.

Contar con prácticas efectivas de gestión de recursos humanos que incluyan la presentación de estrategias de reclutamiento, programas de formación y empoderamiento, sistemas de evaluación y recompensa que incluyan la conciencia ambiental y la implementación en su proceso de evaluación (Jabbour, et al., 2013).

1.2 Prácticas de sostenibilidad verde en los hoteles, asociada a la gestión del talento humano.

De acuerdo a la literatura, las prácticas o acciones verdes de recursos humanos no son más que programas, procesos y técnicas de HRM que se implementan en las organizaciones con el fin de reducir los impactos ambientales negativos o mejorar los impactos ambientales positivos de las mismas (Arulrajah et al., 2015). Los cambios en las perspectivas corporativas relacionadas con las iniciativas ambientales se pueden ver en declaraciones de políticas escritas, títulos de puestos ambientales, estrategias de marketing, inversiones de capital, prácticas de auditoría, diseño y desarrollo de nuevos productos y procesos de producción (Molina et al., 2009).

Mishra (2017) afirma que GHRM aporta beneficios a la organización a largo plazo debido a que incluye la mejora del bienestar social (es decir, el equilibrio entre la vida laboral y personal) y económico (es decir, el mantenimiento de los beneficios) junto con la concienciación sobre la preocupación medioambiental (es decir, la reducción de los residuos). Es así como la HRM verde implica prácticas alineadas con los tres pilares de sostenibilidad del equilibrio medioambiental, social y económico (Opatha & Arullrajah, 2014).

Las prácticas que se vienen desarrollando en las empresas, están enmarcadas en la sostenibilidad ambiental (Arulrajah et al., 2015; Shoeb, 2015). Algunas de estas prácticas se muestran a continuación:

Tabla 4.3. Prácticas de sostenibilidad ambiental

PRÁCTICAS	VALOR
Edificios verdes	Eficiencia energética
	Energía renovable
	Gestión de aguas pluviales
	Ahorro financiero por construcción e ingeniería implican bajo costo
Oficinas sin papel	Flujos de trabajos automatizados
	Restringe el uso del papel
	Ahorro en consumo de papel (copias, impresión, almacenamiento y tiempo para buscar un documento)
Conservación de la energía	Campaña en la que se pide a los empleados apagar su PC, y luces al salir.
	Campaña de uso compartido de vehículos
	Promover el uso de bombillas y accesorios con calificación Energy Star
Reciclaje y eliminación de residuos	Procesar material usado (residuos) en productos nuevos y útiles
	Crear programas de reciclaje empresarial

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los estudios en HRM muestran que, durante el auge inicial de la sostenibilidad a finales del siglo XX, centraron sus esfuerzos en las funciones “primitivas” de los RRHH (contratación, formación, orientación y recompensas), tratando de integrarlas en la gestión ambiental de sus modelos de dirección. Sin embargo, en el siglo XXI, las prácticas de HRM verde que se plantean en las organizaciones incluye: Reclutamiento, selección, formación, desempeño, pago y recompensas (Tang et al., 2017; Arulrajah et al., 2015; Yong et al., 2019; Yusliza et al., 2017, Mishra, 2017; Opatha & Arulrajah, 2014; Renwick et al., 2013).

Reclutamiento y selección verde

Renwick et al. (2013), propone que para el reclutamiento y la selección verde se tenga en cuenta tres aspectos: conciencia verde de los candidatos, la marca verde del empleador y los criterios verdes de atracción.

Las organizaciones deben atraer y seleccionar candidatos con conciencia verde, cuyos factores de personalidad permitan que los objetivos ambientales sean alcanzados, mediante una serie de pruebas que permitan asegurar que los trabajadores tienen una actitud positiva hacia las cuestiones medioambientales. Se pueden formular preguntas relacionadas con el conocimiento, los valores y las creencias medioambientales y seleccionar a los empleados con mejores resultados en estos aspectos (Renwick et al., 2013).

La marca de empleador verde se refiere al prestigio y la reputación de una organización en relación con la gestión medioambiental. Los solicitantes de empleo pueden percibir un ajuste entre sus propios valores y los de la organización, lo que hace que los trabajadores se sientan orgullosos de trabajar para una organización conocida por ser ambiental y socialmente responsable (Jabbour et al., 2008; Jabbour et al., 2013; Saeed et al., 2019). Por tanto, desde este punto de vista, la marca verde de los empleadores es un método eficaz para atraer y seleccionar a empleados potenciales que tengan una actitud positiva hacia las cuestiones y las imágenes medioambientales (Renwick et al., 2013).

Formación y Desarrollo verde

La formación y el desarrollo verde se consagra como un sistema de actividades que buscan motivar a los trabajadores a aprender y despertar su atención por las actividades medioambientales (Jabbour, 2011). La formación verde contribuye para la creación de un clima organizacional que incentiva a todos los trabajadores a participar de las iniciativas ambientales, y si se integra con la remuneración y recompensas, permitirá que los trabajadores estén motivados y como consecuencia un clima de trabajo enfocado para el medio ambiente (Renwick et al., 2013).

La formación ecológica, también conocida como formación medioambiental, “proporciona a los empleados los conocimientos necesarios sobre la política medioambiental

de una empresa, sus prácticas y las actitudes necesarias” (Jabbour et al., 2010). La formación ecológica puede aumentar el rendimiento medioambiental de los empleados y puede incluir cuestiones jurídicas medioambientales, instrucciones para el uso de nuevos y códigos de conducta corporativos (Muster & Schrader, 2011).

Los programas de formación verde pueden ayudar a los empleados a comprender mejor la importancia de la protección del medio ambiente, lo que les hace más sensibles a los procesos de control y/o prevención medioambiental, como la recogida de datos sobre residuos y la identificación de fuentes de contaminación (Kjaerheim, 2005).

Desempeño y evaluación verde

La gestión y evaluación del rendimiento verde comprende un sistema de evaluación de las actividades de los empleados en el proceso de gestión medioambiental (Jabbour et al., 2008). La gestión verde del rendimiento crea indicadores ecológicos del rendimiento para establecer una serie de criterios ecológicos para todos los miembros en las evaluaciones del rendimiento, que abarcan temas como los incidentes medioambientales, las responsabilidades medioambientales, la reducción de las emisiones de carbono y la comunicación de las preocupaciones y políticas medioambientales (Saeed et al., 2019).

Algunas empresas han establecido objetivos medioambientales para sus empleados y evalúan sus contribuciones a la gestión medioambiental como uno de los criterios del programa de evaluación del rendimiento. Este es el caso más frecuente en las empresas con certificación ISO 14001 (Jabbour, 2011).

Gestión de recompensas verdes

El sistema de remuneración y recompensas verdes engloba recompensas financieras y no financieras que buscan atraer, retener y motivar a los trabajadores a contribuir con los objetivos ambientales (Jabbour et al., 2013).

Los incentivos y recompensas son una herramienta importante en la alineación del desempeño de los trabajadores con los objetivos de la organización, siendo que las recompensas no monetarias (beneficios de viajes ecológicos, impuestos y reconocimiento ecológicos) deban ser ofrecidos juntamente con los monetarios (Saeed et al., 2019; Jabbour et al., 2008; Renwick et al., 2013).

Aplicación de la GHRM

En la revisión de literatura, a nivel mundial, se tiene aplicación de la GHRM en distintos tipos de organizaciones, y en la que se gestionan las prácticas de reclutamiento, selección, formación, desempeño, salario y recompensas. A continuación, se presentan algunos trabajos que aplican la HRM verde.

Empresas hoteleras

En el tema de la gestión de recursos humanos en la gestión hotelera se presentan varias investigaciones en las que se examina cómo mejorar el comportamiento ecológico de los empleados y el desempeño ambiental de los hoteles a través de una gestión verde de los recursos humanos. Kim et al. (2019) muestra que la gestión verde de los recursos humanos mejora el compromiso organizacional de los empleados, su comportamiento ecológico y el desempeño ambiental de los hoteles. Los esfuerzos ecológicos incluyen reducir el desperdicio, conservar energía y agua en sus operaciones y educar a los clientes y empleados (Bohdanowicz et al., 2011).

La gestión ambiental en la industria hotelera se ha presentado desde dos vertientes bien diferenciadas: el consumidor y el empleado. La mayoría de los estudios se han concentrado principalmente desde el consumidor y se muestra desde el marketing ecológico que los hoteles pueden hacer (Kim y Choi, 2013).

La perspectiva del empleado aborda cuestiones relativas a las actitudes o la conciencia del personal del hotel (Bohdanowicz, 2005). Si los empleados están preocupados por la conservación del medio ambiente, es más probable que se apeguen a la implementación de iniciativas de gestión ambiental por parte de su empresa, incluido el GHRM. Una vez que los empleados se involucran emocionalmente en su empresa, es probable que demuestren un mayor nivel de compromiso organizacional con la empresa (Bhattacharya et al., 2008).

Kang et al. (2012) revelaron que los consumidores de hoteles estadounidenses tenían preocupaciones más profundas sobre su medio ambiente y tenían la disposición de pagar una prima de precio más alta por las prácticas sustentables y respetuosas con el medio ambiente.

Tsaur & Lin (2004) mencionan que los hoteles de Taiwán están centrados en mejorar la calidad del servicio al cliente, y lo realizan a través de prácticas de GHRM, lo que puede crear un entorno que fomente el comportamiento positivo de los empleados, mejorando así su servicio.

Las investigaciones anteriores sobre gestión medioambiental en el contexto de la industria hotelera sugieren que la gestión medioambiental incluye aspectos de la GHRM, como los programas de formación medioambiental de los empleados (Tsaur & Lin, 2004). Demostraron que el personal de servicio de servicio con una percepción positiva de las prácticas de GRH (por ejemplo, contratación y formación) prestaban un servicio excelente a los clientes del hotel, yendo más allá de sus obligaciones. Tabla 4.3.2

Yong et al. (2019) afirma que las prácticas ecológicas de gestión de recursos humanos (GHRM) pueden ayudar a las organizaciones a alinear sus estrategias empresariales con el medio ambiente. En este sentido, los hoteles ecológicos se han acogido a los criterios de certificados medioambientales como ISO 140001 y Green Seal.

1.3 Acciones para desarrollar la gestión verde del talento humano

Para consolidar una estrategia de contar con una gestión verde del talento humano que además logre la certificación de diversas entidades que les permitirá posicionar su negocio con responsabilidad ambiental, se deben desarrollar estrategias en diferentes procesos que permitan cumplir con los siguientes lineamientos, resumidos del cuadro 4.2.2 y dado que coinciden en varios puntos, se consolidan así:

Cultura organizacional sostenible

Fomentar una cultura organizacional que promueva la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental.

Incluir metas ambientales en los objetivos de desempeño de los empleados.

Enfocarse en la importancia de prácticas responsables y su impacto en el turismo sostenible.

Evaluar la afinidad del candidato con los valores y prácticas sostenibles de la organización.

Integrar mensajes y actividades relacionadas con la sostenibilidad en la comunicación interna.

Celebrar logros sostenibles y reconocer el esfuerzo de los empleados.

Desarrollar políticas y procedimientos que reflejen el compromiso de la organización con la sostenibilidad.

Promover el uso de transporte sostenible para los desplazamientos laborales.

Establecer políticas que fomenten la reducción de la huella de carbono relacionada con los viajes de trabajo.

Implementar medidas que contribuyan a la conservación de la biodiversidad y los ecosistemas locales.

Selección y Capacitación del Personal:

Implementar un riguroso proceso de selección para asegurar la idoneidad del personal.

Proporcionar formación continua para mejorar la calidad del servicio.

Proporcionar formación específica en seguridad alimentaria para el personal de cocina y servicio.

Integrar criterios de sostenibilidad en las políticas de contratación y procesos de selección.

Desarrollar programas de sensibilización ambiental para los empleados.

Integrar objetivos ambientales en la planificación del desarrollo profesional de los empleados.

Implementar programas de formación para empleados sobre prácticas sostenibles y su importancia en la seguridad alimentaria y calidad.

Integrar módulos de sostenibilidad en la formación inicial y continua del personal

Incluir criterios de sostenibilidad en los procesos de selección de personal.

Evaluar las actitudes y valores sostenibles de los candidatos durante las entrevistas.

Incluir módulos sobre prácticas seguras y sostenibles en el lugar de trabajo.

Gestión del Desempeño:

Establecer indicadores clave de desempeño (KPIs) para evaluar la calidad en el servicio.

Realizar revisiones periódicas del desempeño y fomentar la mejora continua.

Garantizar el cumplimiento de buenas prácticas de higiene en todas las áreas relacionadas con alimentos.

Realizar auditorías internas periódicas para evaluar el cumplimiento de los estándares de seguridad alimentaria.

Implementar acciones correctivas en caso de desviaciones.

Establecer indicadores de sostenibilidad ambiental para medir y reportar el desempeño.

Establecer procedimientos operativos estándar (POEs) para garantizar la seguridad alimentaria.

Implementar sistemas de trazabilidad para identificar y controlar los productos desde la recepción hasta la entrega.

Establecer procedimientos para la retirada rápida y efectiva de productos no conformes.

Fomentar la participación activa de los empleados en la identificación de oportunidades de mejora.

Establecer y mantener procedimientos documentados que respalden la gestión de la calidad.

Garantizar la disponibilidad y accesibilidad de los documentos pertinentes para los empleados.

Establecer metas de sostenibilidad como parte de los objetivos individuales.

Realizar evaluaciones de impacto ambiental y social de las operaciones turísticas.

Evaluación de Riesgos Laborales:

Realizar evaluaciones regulares de riesgos laborales y establecer medidas preventivas.

Garantizar la participación activa de los empleados en la identificación y gestión de riesgos.

Establecer comités de seguridad y salud para involucrar a los trabajadores en la toma de decisiones.

Establecer procedimientos para la notificación y gestión de incidentes y accidentes.

Programas de Bienestar Laboral:

Desarrollar programas de bienestar que promuevan la salud y seguridad de los empleados.

Fomentar una cultura de seguridad a través de capacitaciones y concientización.

Desarrollar un plan de gestión de incidentes para abordar cualquier amenaza a la seguridad alimentaria.

Fomentar un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida personal.

Desarrollar programas de bienestar que incluyan actividades físicas, mentales y emocionales.

Trabajo con la comunidad:

Desarrollo Comunitario: La empresa apoya activamente iniciativas para el desarrollo comunitario social y de infraestructura que incluyen, entre otros, educación, salud y saneamiento.

Consulta a la comunidad: Se consulta a las comunidades locales, en relación con las actividades que la empresa lleva a cabo en las zonas donde reside, con el objetivo de evitar efectos adversos sobre el acceso local a los medios de subsistencia, incluido el uso de la tierra y los recursos acuáticos, los derechos de paso, el transporte y la vivienda.

Fomentar la participación en programas de certificación ecológica y prácticas de turismo sostenible.

Fomentar la participación activa de los empleados en iniciativas sostenibles.

Establecer canales de comunicación efectivos para difundir prácticas sostenibles en la organización.

Establecer protocolos para la evaluación y gestión ambiental de los contratistas.

Colaborar con proveedores que sigan prácticas sostenibles en sus operaciones.

Informar y educar a los visitantes sobre prácticas responsables durante su estancia.

Colaborar con organizaciones y asociaciones turísticas comprometidas con la sostenibilidad.

Gestión de recursos, residuos y reciclaje:

Implementar programas de gestión de residuos y reciclaje en el lugar de trabajo.

Incentivar la participación activa de los empleados en iniciativas de reducción de residuos.

Implementar políticas de gestión de residuos y fomentar prácticas de consumo sostenible.

Implementar medidas para la eficiencia en el uso de recursos como energía, agua y materiales.

Adoptar tecnologías sostenibles para reducir la huella ambiental.

Preferir y promover el uso de productos y suministros que cumplan con los estándares de sostenibilidad

Reporte sobre Sostenibilidad:

Elaborar informes periódicos y transparentes sobre el desempeño sostenible de la organización.

Comunicar estos informes a las partes interesadas, incluyendo clientes, empleados y la comunidad local.

De esta manera, con el cumplimiento de estos requerimientos, los hoteles pueden apostarle a las diferentes certificaciones y sellos verdes, lo que les permitirá consolidar una gestión sostenible y de la gestión verde del talento, lo que impacta positivamente sus procesos que busca con sus acciones, aportar a la protección del medio ambiente.

Importante anotar que estas acciones apuntan a las diferentes certificaciones, así con cada una de ellas se logra varias metas frente a cada certificación.

REFERENCIAS

Aguilar, J. (2015). Prácticas De Gestión Del Talento Humano En Empresas Del Valle Del Cauca. Revista Internacional Administración & Finanzas, v. 8 (3) p. 113-124.

- Arulrajah, A., Opatha, H., & Nawaratne, N. (2015). Green Human Resource Management doi:10.4038/sljhrm.v5i1.5624 Practices: A Review. Sri Lankan Journal of Human Resource Management, 5(1), 1-17.
- Amazonas, I., Silva, R., & Andrade, M. (2018). Environmental management in hotels: sustainable technologies and practices applied in hotels. *Ambiente & Sociedade*, 21(0). doi:10.1590/1809-4422asoc0172r2vu1811ao.
- AzzeAlonso, Ana María, & Ochoa Ávila, Migdely Barbarita. (2017). La gestión ambiental en una entidad hotelera de turismo de naturaleza. Caso Villa Mirador de Mayabe de Holgín, Cuba. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 13(1), 52-67. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2017000100052>.
- Bhattacharya, C., Korschun, D., & Sen, S. (2008). Strengthening Stakeholder–Company Relationships Through Mutually Beneficial Corporate Social Responsibility Initiatives. *Journal of Business Ethics*, 85, 257-272. doi:10.1007/s10551-008-9730-3 54
- Bohdanowicz, P. (2005): «European Hoteliers' Environmental Attitudes: Greening the Business». *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 46, n° 2, pp. 188-204
- Berry, M.A., Rondinelli, D.A., 1998. Proactive environmental management: a new industrial revolution. *The Academy of Management Executive* 12 (2), 38–50.
- Boiral, O., 2006. Global warming: should companies adopt a proactive strategy? *Long Range Planning* 39 315–330.
- Calderón Hernández, G. y Castaño Duque, G. A. (2005). Investigación en administración en América latina: evolución y resultados. Manizales: Universidad Nacional de Colombia. Disponible en http://bdigital.unal.edu.co/8477/5/9588041243_Parte1.pdf.
- Castro, L. A. (2012). Formación y desarrollo de competencias gerenciales para los gestores hoteleros. *Cuadernos de Administración*, 28(48), 64-76. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v28n48/v28n48a06.pdf>.
- Cuesta Santos, A., y Valencia Rodríguez, M. (2014). Indicadores de gestión humana y del conocimiento empresarial. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Del Brio, J. A. y B. Junquera (2000): "Compatibilidad sistemas de gestión de calidad medio ambiente-prevencción de riesgos y competitividad en las empresas industriales españolas: el papel de la experiencia previa". Ponencias del X Congreso Nacional de ACEDE. Oviedo.
- Elziny, M. (2019). The Impact of Green Human Resource Management on Hotel Employees' Eco Friendly Behavior. *International Academic Journal Faculty of Tourism and Hotel Management*, 5(1), 1-21. doi:10.21608/ijaf.2019.95465
- González-Benito, J., González-Benito, O., 2006. Environmental proactivity and business performance: an empirical analysis. *Omega: The International Journal of Management Science* 33, 1–15.
- González Ordóñez, A. I. (2017). La gestión ambiental en la competitividad de las pymes. *Revista Científica. Agroecosistemas*, 5 (1), 60-70. Recuperado de <http://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes/index>.
- González Ordóñez, A. I., Alaña Castillo, T. P., & Gonzaga Añazco, S. J. (2017). La Gestión Ambiental en la Competitividad de las Pymes del Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 2(8.1), 236-248. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.37>.

Gutiérrez Alberto León. (2005). Gestión ambiental: ¿estrategia para el desarrollo sostenible? Revista Trabajo Social No. 1. Medellín, enero-junio 2005 pp. 85-109.

Hewapathirana, Ravindra & Opatha, Henarath & Gamage, Prasadini. (2020). Identification of Some Research Gaps in Green Human Resource Management. *International Business Research*. Vol. 13. 63-78. 10.5539/ibr.v13n12p63. 55

Huselid, M.A., Jackson, S.E., Schuler, R.S., 1997. Technical and strategic human resource management effectiveness as determinants of firm performance. *Academy of Management Journal* 40, 171–188.

Luvezute Kripka, R. M., Scheller, M., & De Lara Bonotto, D. (2015). La investigación documental sobre la investigación cualitativa : conceptos y caracterización. *Revista de Investigaciones UNAD*, 14(2), 55. doi:10.22490/25391887.1455.

Jabbour, C.J.C. (2011), How green are HRM practices, organizational culture, learning and teamwork? A Brazilian study, *Industrial and Commercial Training*, Vol. 43, No. 2, pp. 98 -105.

Jabbour, C. J., Jabbour, L. S., Govindan, K., Teixeira, A. A., & Freitas, W. R. (2013). Environmental management and operational performance in automotive companies in Brazil: The role of human resource management and lean manufacturing. *Journal of Cleaner Production*, 47, 129-140. doi:10.1016/j.jclepro.2012.07.010

Jabbour, C., Almada, F., & Seido, M. (2010). Contributions of HRM throughout the stages of environmental management: methodological triangulation applied to companies in Brazil. *The International Journal of Human Resource Management*, 21(7), 1049-1089. doi:10.1080/09585191003783512

Jackson, S., Renwick, D., Jabbour, C.J.C, Muller-Camen, M., 2011. State-of-the-Art and Future Directions for Green Human Resource Management. *Zeitschrift fur Personalforschung (German Journal of Research in Human Resource Management)* 25, 99–116.

Kang, K., Stein, L., Heo, C., & Lee, S. (2012). Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 564-572. doi:10.1016/j.ijhm.2011.08.001

Kim, Y., Kim, W., Choi, H., & Phetvaroon, K. (2019). The effect of green human resource management on hotel employees' eco-friendly behavior and environmental performance. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 83-93. doi:10.1016/j.ijhm.2018.04.007

Kjaerheim, G. (2005). Cleaner production and sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 13(4), 329-339. doi:10.1016/S0959-6526(03)00119-7

Libro Blanco de la Sostenibilidad en Recursos Humanos en España. (2022). España: EAE Business School.

Mandip, G. (2012). Green HRM: People management commitment to environmental sustainability. *Research Journal of Recent Sciences*, 1, 244-252.

Martín Barbero, J. (2010). Comunicación y cultura mundo: nuevas dinámicas mundiales de lo cultural. *Signo y pensamiento*, 29(57), 20-34.

Mishra, R., Sarkar, S., & Kiranmai, J. (2014). Green HRM: innovative approach in Indian public enterprises. *World Review of Science, Technology and Sustainable Development*, 11(1), 26-42. doi:10.1504/WRSTSD.2014.062374 56

- Molina, J., Claver, E., Pereira, J., & Tari, J. (2009). Environmental Practices and Firm Performance: An Empirical Analysis in the Spanish Hotel Industry. *Journal of Cleaner Production*, 17(5), 516-524. doi:10.1016/j.jclepro.2008.09.001
- Mousa, S. K., & Othman, M. (2019). The impact of green human resource management practices on sustainable performance in healthcare organisations: A conceptual framework. *Journal of Cleaner Production*, 243(37), 118595. doi:10.1016/j.jclepro.2019.118595
- Muster, V., & Schrader, U. (2011). Green Work-Life Balance: A New Perspective for Green HRM. *Zeitschrift Für Personalforschung / German Journal of Research in Human Resource Management*, 25(2), 140-156. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/23279430>
- Olivares, L. A. y Vargas, M. E. (septiembre de 2014). Comportamiento pro-ambiental de los trabajadores en la hotelería de Huatulco. Ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Facultad de Turismo, UNCOMA, Neuquén, Argentina.
- <http://170.210.83.98:8080/jspui/bitstream/123456789/448/1/89%20Olivares%20Vargas.pdf> ONU. (1987). *Nuestro futuro común*. Madrid: Alianza.
- Opatha, H. H., & Arulrajah, A. A. (2014). Green Human Resource Management: Simplified general reflections. *International Business Research*, 7, 101–112.
- Padrón, J. (2019) Fundamento teórico de las relaciones entre método, operaciones, técnicas e instrumentaciones, con referencia a la investigación científica, Nota 02 de ampliación para el seminario de Epistemología de la Investigación Cualitativa del Posdoctorado en Investigación Cualitativa del INICC, Lima (Perú).
- Renwick, D. (2008). Green HRM: A review, process model, and research agenda (Discussion Paper Series). University of Sheffield Management Management School. University of Sheffield Management. doi:10.13140/RG.2.2.30801.07520
- Renwick, D. W., Redman, T., & Maguire, S. (2013). Green Human Resource Management: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 15(1), 1-14. doi:10.1111/ijmr.2013.15.issue-1
- Saldarriaga Ríos, J. G. (2014). La concepción del sujeto en la administración: una mirada desde la gestión humana. *Revista El Agora USB*, 14(1), 223-237.
- Saeed, B. B., Afsar, B., Hafeez, S., Khan, I., Tahir, M., & Afridi, M. (2019). Promoting employee's proenvironmental behavior through green human resource management practices. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 424-438.
- Shoeb, A. (2015). Green Human Resource Management: Policies and practices. *Cogent Business & Management*, 2(1), 1-13. doi:10.1080/23311975.2015.1030817
- Sloan, K. y Gavin, JH (2010). Gestión de recursos humanos: cumplimiento de las obligaciones éticas de la función. *Business and Society Review*, 115 (1), 57–74. 57
- Tang, G., Chen, Y., Jiang, Y., Paillé, P., & Jia, J. (2017). Green human resource management practices: scale development and validity. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 56, 31-55. doi:10.1111/1744-7941.12147

Tsaur, S., & Lin, Y. (2004). Promoting service quality in tourist hotels: the role of HRM practices. *Tourism Management*, 25, 471-481. doi:10.1016/S0261-5177(03)00117-1

Wagner, M., 2007. Integration of environmental management with other managerial functions of the firm: empirical effects on drivers of economic performance. *Long Range Planning* 40 (6), 611–628.

Wilkinson, A., Hill, M., Gollan, P., 2001. The sustainability debate. *International Journal of Operations & Production Management* 21 (12), 1492–1502.

Yong, J., Yusliza, M., Ramayah, T., & Jabbour, C. (2019). Pathways towards sustainability in manufacturing organizations: Empirical evidence on the role of green human resource management. *Business Strategy and the Environment*, 29(2), 1-17. doi:10.1002/bse.2359

Yu, W., Chavez, R., Feng, M., Wong, C. Y., & Fynes, B. (2020). Green human resource management and environmental cooperation: An ability-motivation-opportunity and contingency perspective. *International Journal of Production Economics*, 219, 224-235. doi:10.1016/j.ijpe.2019.06.013

Yusliza, M., Othman, N., & Jabbour, C. (2017). Deciphering the implementation of green human resource management in an emerging economy. *Journal of Management Development*, 36(10), 1230-1246. doi:10.1108/JMD-01-2017-0027

CONTABILIDAD VERDE

Data de aceite: 01/10/2024

José Olivar Mosquera Mosquera

Universidad Autónoma de Occidente
<https://orcid.org/0000-0002-0408-9140>

RESUMEN: Actualmente la situación medioambiental cobra importancia en diversos campos, por ende, cada disciplina debería estar comprometida con la misma. La gestión de información contable ambiental en las organizaciones es una parte fundamental de las estrategias de sostenibilidad que vienen aplicando las empresas, dada la importancia de revelar el impacto ambiental y la sostenibilidad de los negocios. Es así como la contabilidad ambiental asume un papel relevante en la estrategia de sostenibilidad empresarial, aportando información valiosa para que los grupos interesados puedan tomar decisiones que contribuyan a la sostenibilidad del planeta. En cualquier economía, las empresas que componen el sector hotelero, desempeñan un papel fundamental como dinamizador del empleo y generación de crecimiento, en este sentido son grandes protagonistas en la compleja labor de preservar los recursos naturales, función que parte de integrar un sistema de

gestión ambiental en sus procedimientos, de manera que se permita la generación de nuevos procesos en estas empresas que posibiliten el logro de dicho objetivo (Olivares y Vargas, 2014). Es pertinente enfatizar que la gestión ambiental está conformada por el conjunto de políticas y actividades que las empresas desarrollan con la finalidad de proteger y conservar los elementos que conforman el sistema ambiental mediante un manejo integral de los mismos que conduzcan a la prevención y mitigación de los problemas de carácter ambiental (González, 2017). Esta responsabilidad lleva a las empresas a generar información que revele apropiadamente las prácticas de sostenibilidad ambiental para satisfacer las necesidades de los diversos grupos de interés que se relacionan con la organización, y con ello soportar la toma de decisiones en una forma más integral. Esta investigación se realizó bajo una metodología cualitativa, basada en una revisión documental de la normatividad específica asociada al sector, relacionada con prácticas sostenibles, para lo cual se realizó la búsqueda y compilación de normas de obligatorio cumplimiento y de premios y sellos asociados con la sostenibilidad en los hoteles, que son de carácter voluntario

para su implementación y que rigen para Colombia y en otros países. En la revisión de literatura científica se abordaron los conceptos contabilidad ambiental y turismo sostenible, lo que permitió identificar una cantidad importante de artículos de alto impacto que existen desde (1991), hasta el año de este trabajo (2023), haciendo énfasis de manera especial en los aportes que se dieron en los últimos 5 años (2018-2023); Para la construcción de este análisis se utilizó la plataforma SCOPUS, lo cual permitió considerar geográficamente los países con mayor interés en el tema, y sistematizar la información clave de las referencias bibliográficas, a fin de determinar la relación directa con el objetivo de estudio. Finalmente se realizaron entrevistas en profundidad a una muestra de gerentes de hoteles del Valle del Cauca que permitió identificar qué están haciendo los hoteles en su gestión ambiental para la sostenibilidad y cómo lo han relacionado con la gestión contable.

Como resultado se encontró que existen 9 normas de obligatorio cumplimiento en Colombia, en cuanto al normatividad aplicable de forma voluntaria en Colombia se encontraron 10 normas de carácter nacional e internacionales; y se pudo establecer adicionalmente otras 15 normas internacionales voluntarias que rigen específicamente en algunos países. Posteriormente se pudieron establecer los indicadores que requieren dichas normas y se encontró coincidencia en una buena parte de ellos, permitiendo que los hoteles puedan apuntar a varios de ellos a través de una misma acción y estrategia de sostenibilidad ambiental. Desde la medición a los gerentes de hoteles, se encontró que, si bien han implementado acciones buscando impacto ambiental positivo y han hecho acercamientos con certificados y sellos verdes, en general, desconocen en qué consisten estos certificados y cómo llevarlos a cabo. Los hoteles expresan sus acciones de cuidado ambiental como un diferencial estratégico, pero no tienen clara la importancia de revelar su gestión y compromiso ambiental y en este sentido la gestión contable ambiental es incipiente. A partir de esta situación, la investigación permitió diseñar una guía práctica para la gestión contable verde, que precisa la información necesaria de las acciones que deben diseñar e implementar para revelar la información corporativa relacionada con la sostenibilidad ambiental, para avanzar en el posicionamiento de su responsabilidad ambiental.

PALABRAS CLAVE: Gestión contabilidad verde, sostenibilidad ambiental, objetivos de desarrollo sostenible

ABSTRACT: Currently, the environmental situation is gaining importance in various fields, therefore, each discipline should be committed to it. The management of environmental accounting information in organizations is a fundamental part of the sustainability strategies that companies have been applying, given the importance of revealing the environmental impact and the sustainability of businesses. This is how environmental accounting assumes a relevant role in the business sustainability strategy, providing valuable information so that interested groups can make decisions that contribute to the sustainability of the planet. In any economy, the companies that make up the hotel sector play a fundamental role as a driving force for employment and generation of growth, in this sense they are major players in the complex task of preserving natural resources, a function that starts from integrating a management system into its procedures, so that the generation of new processes in these companies is allowed that make it possible to achieve this environmental objective (Olivares and Vargas, 2014). It is pertinent to emphasize that environmental management is made up

of the set of policies and activities that companies develop in order to protect and conserve the elements that make up the environmental system through an integral management of them that lead to the prevention and mitigation of environmental problems (González, 2017). This responsibility leads companies to generate information that appropriately reveals environmental sustainability practices to meet the needs of the various interest groups that relate to the organization, and thereby support decision-making in a more comprehensive way. This research was carried out under a qualitative methodology, based on a documentary review of the specific regulations associated with the sector, related to sustainable practices, for which a search and compilation of mandatory compliance standards and awards and seals associated with sustainability were carried out in hotels, which are voluntary for their implementation and which govern Colombia and other countries. In the review of scientific literature, the concepts of environmental accounting and sustainable tourism are addressed, which allowed us to identify a significant number of high-impact articles that exist from (1991) to the year of this work (2023), with special emphasis on the contributions that were made in the last 5 years (2018-2023); For the construction of this analysis, the SCOPUS platform was used, which allowed us to geographically consider the countries with the greatest interest in the subject, and to systematize the key information of the bibliographic references, in order to determine the direct relationship with the objective of the study. Finally, in-depth interviews were conducted with a sample of hotel managers in Valle del Cauca, which allowed us to identify what hotels are doing in their environmental management for sustainability and how they have related it to accounting management. As a result, it was found that there are 9 mandatory compliance standards in Colombia, regarding the regulations applicable voluntarily in Colombia, 10 national and international standards were found; and it was possible to establish an additional 15 voluntary international standards that apply specifically in some countries. Later, it was possible to establish the indicators that these standards require and a good part of them coincided, allowing hotels to target several of them through the same action and environmental sustainability strategy. From the measurement of hotel managers, it was found that, although they have implemented actions seeking positive environmental impact and have made approaches with green certificates and seals, in general, they do not know what these certificates consist of and how to carry them out. Hotels express their environmental care actions as a strategic differential, but they are not clear about the importance of revealing their environmental management and commitment and in this sense environmental accounting management is incipient. Based on this situation, the research allowed to design a practical guide for green accounting management, which specifies the necessary information on the actions that must be designed and implemented to reveal corporate information related to environmental sustainability, to advance in the positioning of their environmental responsibility.

KEYWORDS: Green accounting management; environmental sustainability, sustainable development goals

2.1 Conceptualización de la Contabilidad Ambiental o Verde

La contabilidad ambiental es un campo de conocimiento específico de la disciplina contable encargada de proporcionar datos e información de índole ambiental, para lo

cual debe identificar y valorar activos y pasivos ambientales, y además debe reconocer indicadores ambientales que se relacionen con los procesos de gestión organizacional, lo cual tiene como propósito brindar a los grupos de interés de las empresas la información necesaria para evaluar las inversiones e impactos ambientales, apoyando así la toma de decisiones. Von Bischoffshausen, W. (1996) y Domench, P. (2001).

Las teorías de la contabilidad ambiental, son descritas por Inchicaqui, M. (2003) en tres secciones a saber: la teoría neoclásica o marginalista, las teorías institucionales y la teoría crítica. Sobre la teoría neoclásica o marginalista, este autor propone una corriente llamada la teoría del beneficio verdadero, la cual habla de que la empresa en sí suele ignorar los efectos sociales y medioambientales, no obstante, la contabilidad social puede llegar a medir su contribución neta a la sociedad, esto lo hace considerando los efectos externos en sociedad y medio ambiente, los cuales se originan en el proceso productivo, considerándose necesaria la valoración de estos mismos en la economía ambiental, a partir de esta teoría se está investigando la solución práctica de “calcular el costo para evitar los efectos externos sociales y medioambientales”.

Sin embargo, autores como Archel y Lizarraga (2001) definen esta teoría como una en desuso, mencionando que la teoría del beneficio verdadero, expuesta por Cross (1989) en su artículo “natural resource damage valuation”, al igual que Pearce y Markandya, (1989) en su artículo “The benefits of environmental policy” alude a la simetría, producto de determinar el resultado empresarial a partir de la ecuación del mismo. Su fin es privatizar los ingresos y discutir sobre los gastos al excluir los costos medioambientales. A su vez, mencionan que internalizar estos costos implicaría poner precio a determinados aspectos de la vida cotidiana, como el aire limpio o la extinción de una especie, por lo que es difícil llegar a modelos que dirijan a estados financieros capaces de adoptar una posición medioambiental de la compañía.

A la teoría marginalista, la complementa la teoría de la utilidad, Azqueta, D. y Villalobos, D. (2007), dado que esta menciona que las empresas deben informar a la sociedad sobre las actividades que realizan con la finalidad de que exista evidencia para que los usuarios individuales la consideren en la toma de decisiones, además de generar evidencia para que el mercado de capitales utilice esta información en la determinación de los valores que circulan en ella, o sea, la información medioambiental debería implicar un cambio en la valorización de activos de las empresas.

En contraste con Archel y Lizarraga (2001), esta teoría hace alusión a que, desde el enfoque de divulgación de información medioambiental, se asume que la divulgación de dicha información es un intento de esclarecer la realidad social de la empresa de tal manera que esta información oriente la toma de decisiones de los usuarios o, en otras palabras, del inversor, puesto que se presenta un interés por satisfacer las demandas de información de determinados grupos e intereses. Así mismo, en relación a la divulgación de información medioambiental está probado que las empresas tienden a informar de

las buenas noticias, ocultando los aspectos negativos. Esta circunstancia parcializa la información medioambiental divulgada, sumado a que, por otra parte, el volumen de información divulgada está frecuentemente relacionado con hechos puntuales.

Otro paradigma que sirve para entender la contabilidad ambiental de una mejor manera, y así mismo los costos medioambientales, es el paradigma de la ecoeficiencia, el cual es expuesto por varios autores. Principalmente, Hansen et al. (1996) en el libro *Administración de Costos. Contabilidad y Control*, logran identificar tres paradigmas en los costos ambientales. El de mayor peso para la investigación es el paradigma de la ecoeficiencia, el cual sostiene que la organización puede producir más bienes y servicios útiles, mientras disminuye los impactos ambientales negativos, el consumo de los recursos y los costos, lo cual implica una relación positiva entre el desempeño ambiental y el económico.

A partir de lo anterior, Hansen et al. (1996), han revelado cuatro objetivos amplios del paradigma de ecoeficiencia: 1) la reducción de consumo de los recursos, la cual implica disminución en el uso de la energía, de los materiales, del agua y de la tierra, conllevando un incremento de la durabilidad y el mejoramiento de la reciclabilidad del producto. 2) La reducción del impacto ambiental, la cual está asociada con la minimización de la liberación de contaminantes hacia el ambiente y el fomento de un uso sustentable de los recursos renovables. (3 El incremento en el valor del producto, es decir, que se elaboren productos que proporcionen la funcionalidad deseada por los consumidores, pero con una menor cantidad de materiales y recursos. También significa que los productos se elaboran sin degradar el ambiente y que su uso y desecho son cuidadosos del mismo. 4) la reducción de la responsabilidad ambiental, que requiere que una empresa identifique y administre de manera eficiente los riesgos y las oportunidades vinculadas con el ambiente.

Para que se cumplan los objetivos se requiere que una empresa busque oportunidades para mejorar la ecoeficiencia, lo que requiere que los cambios de los procesos se concentren de manera simultánea en la reducción de los costos y en el mejoramiento del desempeño ambiental (Kamiche, 2012). Esto es de mayor utilidad para incrementar el desempeño ambiental relativo, pero la reingeniería del proceso es quizá más conveniente para los avances mayores en la ecoeficiencia.

Gray (1999) en su libro *Contabilidad y Auditoría Ambiental*, destaca una manera de resolver los problemas ambientales, constatando la importancia de que las empresas conozcan el problema para reconocer su impacto a mediano y largo plazo, lo que permite vislumbrar la relación entre ambiente y contabilidad, siendo el proceso contable capaz de reconocer e informar.

2.2 Prácticas de sostenibilidad verde en los hoteles, asociada a la contabilidad

En contexto de estudio, hoteles de la región, la información contable ambiental,

debe revelar las inversiones de la gestión en sostenibilidad que desarrollan los hoteles y demás organizaciones turísticas, mostrando cuantitativa y cualitativamente las prácticas aplicadas para mitigar el daño ambiental y promover la sostenibilidad. Al respecto Quinche (2008) plantea que el enfoque financiero del medio ambiente “tiene como fin la inclusión de nuevas formas de medir el impacto ambiental para promover modelos de decisión” (p. 210), lo que implica que la contabilidad ambiental se ha consolidado sobre una economía de rentabilidad financiera, maximización de uso extractivo y mejoramiento de la imagen empresarial, dejando de lado la importancia que tiene para los clientes e inversionistas, entre otros interesados, revelar la gestiones ambientales de las empresas y al mismo tiempo atraer al consumidor responsable ambientalmente.

Así mismo, Cárdenas (2019), determina que el sector hotelero genera impactos en diferentes factores del medio ambiente, entre ellos se evalúa la contaminación del agua, puesto que para el funcionamiento “el hotel produce aguas residuales provenientes de los baños, la cocina, el restaurante, la lavandería y el aseo y limpieza de las instalaciones. Esas aguas residuales contienen contaminantes”, de acuerdo con las cifras del DANE (2016), los hoteles vertieron 10,5 millones de metros cúbicos distribuidos así: El 69% se vertió en alcantarillado, el 20% en aguas superficiales (quebradas, ríos, lagos, entre otros.) y el 11% en campos infiltrados del mar. En cuanto a la contaminación atmosférica, se determina que se ve afectada por este gremio debido a la operación de sus aires acondicionados y los compuestos orgánicos volátiles que estos generan, el uso de las calderas para la generación de vapor, las cuales producen gases de óxidos de carbono, nitrógeno y azufre y la operación de sus plantas eléctricas, que producen emisión de ruido.

Así entonces, los servicios turísticos sostenibles, se consideran un gran atractivo para los usuarios, es por esto que se termina que su aceptación social ha aumentado año a año; Zloczover y Saavedra (2021) definen que los consumidores exigen a este sector iniciativas que promuevan el cuidado de los recursos naturales y también demuestran cómo los hoteles han tenido la culpa en el cambio climático, debido a su impacto en el ecosistema y el medio ambiente, puesto que han alterado considerablemente los entornos sociales y naturales.

La solución que se plantea para dar una respuesta positiva a esta problemática es que los hoteles busquen herramientas que les permitan identificar y encontrar un balance entre reducir y optimizar los recursos naturales y los residuos sólidos. Es a causa de esta problemática ambiental que es necesaria la contabilidad verde en los hoteles de Cali, para garantizar el control y cumplimiento de los estándares que abarcan las medidas al cuidado y protección del medio ambiente. (Font X. et al, 2021)

Para considerar los principales aportes de la literatura científica que orientan la contabilidad ambiental en el turismo del sector hotelero, se recopilaron 73 artículos que tienen relación directa con la contabilidad ambiental, de esta selección previa se destacan 25 artículos científicos que soportan la investigación bajo el término clave definido “Contabilidad Ambiental” y 28 para “Turismo Sostenible”, esta elección final se hace para entrelazar los dos términos claves y no estudiarlos por separado.

Desde la década de 1990, de acuerdo con la evidencia del deterioro en el medio ambiente, la contabilidad medioambiental busca entender los problemas que rodean las organizaciones a nivel social, cultural y económico (Rodríguez y Valdez, 2018). Desde la organización mundial del turismo (WTO) en 1993, se definió el turismo sustentable como un modelo de desarrollo que satisface las necesidades de los turistas y las regiones. Las prácticas de turismo sostenible y el desarrollo hotelero, ganaron una mayor importancia con posterioridad al COVID-19, y permiten conectar factores medioambientales, sociales, culturales y económicos. (Palacios et al,2021)

Gutiérrez (2014) presenta como nace la contabilidad verde, para esto hace referencia a la comisión europea, quien en 1992 publicó su quinto programa en materia del medio ambiente titulado “Hacia un desarrollo sostenible” afectando directamente la contabilidad, el objetivo de este programa era tener en cuenta los gastos y riesgos ambientales, para que las empresas tomen conciencia de las cuestiones medioambientales. En 1999, la comisión europea aprueba una comunicación sobre “El mercado único y el medio ambiente” donde se buscaba unir fuerzas con estas dos políticas y regular esta materia, sin embargo, y debido a que no existía una norma, los entes financieros, inversores, públicos, entre otros. Determinaron que esta información medioambiental era insuficiente y poco fiable; para dar una solución, en 2001 la comisión europea aprueba “La Recomendación” que buscaba reconocer, medir y publicar las cuestiones ambientales, en los reportes anuales de las empresas, y como se ha indicado hoy existen diversos estándares que ofrecen lineamientos importantes para revelar apropiadamente la gestión ambiental de las empresas.

2.3 Acciones para desarrollar la gestión en contabilidad ambiental

A partir de lo anterior se observan estas categorías para establecer las bases de la gestión en contabilidad ambiental:

Políticas de compras

Plan de compras de consumo responsable: La política de compras favorece los productos ecológicos, locales, de temporada, orgánicos o reciclados. para bienes de equipo, alimentos, materiales de construcción y otros consumibles.

La organización debe coordinar sus procesos de compras con sus contratistas, para identificar los peligros y para evaluar y controlar los riesgos para la SST.

La compra y el uso de bienes desechables y consumibles se mide y la empresa busca activamente formas de reducirlos.

Un mínimo del 75% de las compras de papel de impresión, sobres y material impreso producido o encargado por el establecimiento lleva la etiqueta ecológica o ha sido producido por una empresa con un sistema de gestión medioambiental.

Compras justas y sostenibles: La empresa aplica políticas de compra que favorecen a los proveedores y productos sostenibles, de producción local, comercio justo, ecológicos, con baja huella de carbono, con etiqueta ecológica, siempre que estén disponibles y sean de calidad suficiente.

Política de reducción del consumo de agua: La empresa aplica y supervisa una política activa, basada en una evaluación del riesgo hídrico, para reducir el consumo de agua. En las zonas de alto riesgo hídrico, se identifican y persiguen objetivos de gestión del agua basados en el contexto.

Material de oficina: el material de oficina (mapas, bolígrafos, muebles, etc.) tiene un certificado de sostenibilidad o se produce localmente.

Acciones colectivas: Previa solicitud, la empresa apoya iniciativas de colaboración con otros operadores turísticos y/o partes interesadas para promover la sostenibilidad entre los alojamientos de los destinos

Comunicación con los proveedores: La empresa comunica (directa o indirectamente) sus objetivos y requisitos de sostenibilidad a los proveedores contratados y a otros proveedores de excursiones relevantes.

Red económica local: La empresa apoya iniciativas que mejoran las relaciones entre los alojamientos y los productores locales, entre ellas la producción y distribución de productos alimenticios y recuerdos locales, etc. (por ejemplo, iniciativas para mejorar el nivel de calidad, la logística, el transporte).

Medición de costo e impacto ambiental

Identificación las actividades, productos y servicios que pueden tener un impacto significativo sobre el medio ambiente y realizar una evaluación que permita determinar las prioridades de actuación

Identificación de los bienes y servicios que adquiere para la prestación de su servicio y medir su impacto sobre el medio ambiente, para establecer criterios de compra que incluyan consideraciones ambientales, de acuerdo, con la disponibilidad del mercado.

Relación detallada de costos de cada servicio del portafolio y medición de servicios prestados a cada cliente para definir un cobro responsable de cada servicio prestado.

La medición de los costos ambientales enfocados en el manejo de los daños.

En el evento en que el consumidor no haya disfrutado de los servicios ofrecidos y por situaciones imputables al comercializador o promotor de membresías o afiliaciones se afecten las condiciones de lo pactado, este estará obligado a devolverle al consumidor las sumas de dinero pagadas, debidamente actualizadas, en un término no mayor a un mes a partir de la solicitud. Si el consumidor ha disfrutado de alguno de los servicios ofrecidos, la devolución se efectuará de manera proporcional. Lo anterior, sin perjuicio de las acciones de responsabilidad a que haya lugar

El Estado fomenta la incorporación de los costos ambientales y el uso de instrumentos económicos para la prevención, corrección y restauración del deterioro ambiental y para la conservación de los recursos naturales renovables.

Los estudios de impacto ambiental son el instrumento básico para la toma de decisiones respecto a la construcción de obras y actividades que afecten significativamente el medio ambiente natural o artificial.

Sistema de gestión ambiental

La política ambiental debe ser coherente, ser medibles, ser objeto de seguimiento.

La política ambiental debe comunicarse y actualizarse, según corresponda.

La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua de un sistema de gestión ambiental, identificando

Identificar las entradas requeridas y las salidas esperadas de los procesos definidos para el Sistema de Gestión ambiental.

A partir de la política ambiental, se deben establecer objetivos y metas ambientales alcanzables y cuantificables, las cuales deben ser revisadas periódicamente.

Los informes deben estar basados en la política, objetivos y metas ambientales

Auditoría interna

La organización debe establecer, implementar y mantener uno o varios programas de auditoría interna que incluyan la frecuencia, los métodos, las responsabilidades, los requisitos de planificación y la elaboración de informes de sus auditorías internas.

Se deben establecer los controles para el seguimiento y monitoreo del sistema de gestión ambiental.

Revisión periódica de metas y acciones de mejora.

Generación de planes de mejora continua, derivados de las auditorías al sistema de gestión ambiental.

Comunicación con stakeholders sobre costos e impacto ambiental

Dar a conocer las políticas y lineamientos del sistema de gestión ambiental a todos los grupos interesados.

La organización debe comunicar externamente información pertinente al sistema de gestión ambiental, según se establezca en los procesos de comunicación de la organización y según lo requieran sus requisitos legales y otros requisitos.

Medición y difusión de ahorros por el consumo responsable ambientalmente (energía, agua, residuos, entre otros)

Describir en el contrato el detalle de los servicios turísticos, incentivos y descuentos ofrecidos, incluyendo su uso, beneficios y procedimiento sobre la política de descuentos que llegare a ser ofrecida.

Para consolidar una estrategia de contar con un sistema de contabilidad que brinde información medioambiental y que además logre la certificación de diversas entidades que les permitirá posicionar su negocio con responsabilidad ambiental, se deben desarrollar estrategias para la generación y revelación de la información que permitan cumplir con los siguientes lineamientos, resumidos del cuadro 4.2.2 y dado que coinciden en varios puntos, se consolidan así:

Información Financiera Ambiental a los Grupos de Interés

Información sobre sostenibilidad: Se informa a los grupos de interés (clientes, proveedores, socios, empleados, entre otros) sobre las inversiones que realiza la empresa como parte de su plan de sostenibilidad ambiental y la manera como se mitigan los impactos ambientales como parte de su responsabilidad social.

Estrategia de revelación: La Empresa ha implementado una estrategia de comunicación para informar a los diferentes interesados sobre el monitoreo y seguimiento de sus políticas, programas e iniciativas sostenibles.

Consumo Responsable: valoración y revelación de acciones y medidas eco amigables de recursos asociados para la adquisición ambientalmente responsable de insumos, suministros, servicios públicos, elementos de mobiliario, alimentos y demás recursos que están asociados a la prestación de servicios turísticos.

Desarrollo Comunitario: La empresa revela el apoyo activo a las iniciativas para el desarrollo comunitario social de su entorno y de infraestructura pública que inciden en la prestación de sus servicios y /o mitigación de daños ambientales.

Comunicación con el cliente: Revelación cuantitativa y cualitativa de las acciones emprendidas para beneficiar el impacto ambiental de los servicios brindados a los clientes, proporcionando información e interpretación sobre cuestiones relevantes de sostenibilidad en el destino (protección de la flora, la fauna y el patrimonio cultural, uso de recursos) y sobre valores socioculturales (consejos, código de vestimenta y fotografía), incluida la distribución de códigos de conducta para clientes.

Información sobre articulación con la comunidad: Se revelan las acciones de articulación con las comunidades locales, en relación con las actividades que la empresa lleva a cabo en las zonas donde reside, con el objetivo de evitar efectos adversos sobre el acceso local a los medios de subsistencia, incluido el uso de la tierra y los recursos acuáticos, los derechos de paso, el transporte y la vivienda.

Incidencia en los mercados locales y justos: Se miden los porcentajes de compras a proveedores locales para la utilización de productos e insumos vinculados a la prestación de servicios según los principios del comercio justo y la sostenibilidad.

Determinación de los costos en el restaurante para ofrecer las opciones de menú alternativo vegetariano/vegano y su relación con la generación de ingresos generados por clientes que los demandan.

Determinación de costos en el menú o en el bufé los productos que son ecológicos, y su relación con la generación de ingresos generados por los clientes.

Costos y ahorros del transporte sostenible: Medir el impacto medioambiental de las distintas opciones de transporte para llegar al destino y compararlas para definición de la administración y de los clientes que quieren asumir las alternativas sostenibles de transporte.

Se dispone de un sistema de gestión de las relaciones con los clientes (CRM) que le permitan brindar información sobre la relación justa de los costos asociados a los servicios que demanda y la incorporación de medidas de sostenibilidad que se incorporan.

Información No Financiera de la Gestión Ambiental

Información sobre el Turismo Vivencial o Interpretativo: Se brinda a los clientes información y conocimiento sobre el entorno natural, la cultura local y el patrimonio cultural, así como también se explica el comportamiento apropiado durante la visita a áreas naturales, culturas vivas y sitios de patrimonio cultural.

Información sobre el Ecoturismo significa bajo impacto y respeto por la naturaleza y el patrimonio cultural. Las actividades al aire libre realizadas por operadores turísticos o promovidas por unidades de alojamiento o centros de visitantes tienen que ser un ejemplo de buenas prácticas de respeto y protección de la naturaleza y el patrimonio cultural.

Información sobre paquetes de servicios sostenibles: La empresa ha integrado y/o está promoviendo uno o más productos / paquetes vacacionales sostenibles basados en una metodología reconocida (incluyendo transporte sostenible, alojamientos sostenibles y actividades sostenibles).

La empresa ha realizado un inventario de las excursiones sensibles desde el punto de vista medioambiental o cultural que ofrece en cada destino. Esto incluye las excursiones ofrecidas por la empresa o por socios locales a sus clientes (agencia asociada y/o alojamientos).

Estadísticas sobre el apoyo a la protección del medio ambiente y la biodiversidad: Siempre que sea pertinente para el tipo específico de productos ofrecidos, la empresa incluye en los paquetes o promociona entre los clientes excursiones y actividades que apoyan el medio ambiente y la biodiversidad locales (por ejemplo, visitas a zonas protegidas, visitas a proyectos de protección del medio ambiente).

De esta manera, con el cumplimiento de estos requerimientos, los hoteles pueden apostarle a las diferentes certificaciones y sellos verdes, lo que les permitirá consolidar la gestión contable ambiental, lo que impacta positivamente en el relacionamiento con los grupos de interés y en la sostenibilidad de la empresa a través de la revelación de información sobre las políticas, estrategias y acciones claras para aportar a la protección del medio ambiente.

Importante anotar que estas acciones apuntan a las diferentes certificaciones, así con cada una de ellas se logra varias metas frente a cada certificación.

REFERENCIAS

Alcaldía de Cali & Gobernación del Valle. Plan Estratégico de Turismo Cali - Valle del Cauca. ANÁLISIS Y DIAGNOSTICO TURISMO VALLE DEL CAUCA. (2020)

Archel, P. y Lizarraga, F. (2001). Algunos determinantes de la información medioambiental divulgada por las empresas españolas cotizadas. *Revista de Contabilidad*. Vol. 4, N° 7, enero-junio 2001, pp. 129 – 153.

Azqueta, D. y Villalobos, D. (2007). Introducción a la economía ambiental (No. 333.70972 I5).

Agyeiwaah E. McKercher B. y Suntikul W. (2017) Identifying core indicators of sustainable tourism: A path forward? *Tourism Management Perspectives*. Pp. 26-33 <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973617300612>

Álvarez-García J. Durán-Sánchez A. y del Río-Rama M. (2018) Scientific Coverage in Community-Based Tourism: Sustainable Tourism and Strategy for Social Development. *Sustainability*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/4/1158>

Barrera I. y Gonzalez S. (2021) Contabilidad ambiental y sus efectos en las finanzas de las organizaciones. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/6706146d-a329-47ae-b887-1ae1f15d5b88/content>

Boley B. McGehee N. y Tom Hammett A. (2017) Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective. *Tourism Management*. Pp. 66-77. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517716301790>

Buonocore E. Donnarumma L. Appoloni L. Miccio A. Russo G. y Franzese P. (2020). Marine natural capital and ecosystem services: An environmental accounting model. *Ecological Modelling*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0304380020301010?via%3Dihub>

Brooks C. y Schopohl L. (2020). Green Accounting and Finance: Advancing Research on Environmental Disclosure, Value Impacts and Management Control Systems. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3741193

Brown J. y Tregidga H. (2017) Re-politicizing social and environmental accounting through Rancière: On the value of dissensus. *Accounting, Organizations and Society*. Pp. 1-21. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0361368217300624>

Brundtland, G. (1987). El desarrollo sostenible. Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo. Asamblea General de las Naciones Unidas. Recuperado de <https://desarrollosostenible.wordpress.com/2006/09/27/informebrundtland>.

Cárdenas H. (2019) Riesgos ambientales y sociales en hoteles, restaurantes y estaciones de servicio. <https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2020/10/Riesgos-Ambientales-y-Sociales-sector-Hoteles-restaurantes-y-EDS-1.pdf>

Castillo I. (2022). Green Branding: Ruta Eco-Amigable Para El Sector Hotelero En La Construcción De Una Marca Verde. <https://acortar.link/jw4VrX>

Chang C. McAleer M. y Ramos V. (2020) A Charter for Sustainable Tourism after COVID-19. *Sustainability*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/9/3671>

Cleveland, Cutler J., Stern, David I. y Costanza, Robert (2001), *The Nature of Economics and the Economics of the Nature*. Cheltenham: Edward Elgar. ISBN 1-85898-980-9.

Cross, F. B. (1989). Natural resource damage valuation. *Vand. L. Rev.*, 42, 269.

Cristobal-Fransi E. Daries N. Ferrer-Rosell B. Marine-Roig E. y Martin-Fuentes E. (2019) Sustainable Tourism Marketing. *Sustainability*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/5/1865>

Deegan C. (2017) Twenty five years of social and environmental accounting research within Critical Perspectives of Accounting: Hits, misses and ways forward. *Critical Perspectives on Accounting*. Pp. 65-87. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1045235416300284>

Della Corte V. Del Gaudio G. Sepe F. y Sciarelli F. (2019) Sustainable Tourism in the Open Innovation Realm: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/21/6114>

Di Salvo A. Agostinho F. Almeida C. y Giannetti B. (2017) Can cloud computing be labeled as “green”? Insights under an environmental accounting perspective. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*. Pp. 514-526. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1364032116309170>

Domench, P. (2001). Algunos determinantes de la información medioambiental divulgada por las empresas españolas cotizadas. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 4(7), 129-153.

Font X. English R. Gkritzali A. y Tian W. (2021) Value co-creation in sustainable tourism: A service-dominant logic approach. *Tourism Management*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517720301266>

Font X. Higham J. Miller G. y Pourfakhimi S. (2019) Research engagement, impact and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. Pp. 1-11. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2019.1560673>

Font X. Torres-Delgado A. Crabolu G. Palomo Martinez J. Kantenbacher J. y Miller G. (2021) The impact of sustainable tourism indicators on destination competitiveness: the European Tourism Indicator System. *Journal of Sustainable Tourism*. Pp. 1608-1630. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2021.1910281>

Fuentes, D., Toscano, A., Murillo, V., Pérez, M. & Jiménez, A. (2020). Sostenibilidad y contabilidad ambiental: Análisis

bibliométrico y revisión documental de la investigación científica en el periodo 2013-2017. *Económicas CUC*, 41(1),163–186. DOI: <https://doi.org/10.17981/econcuc.41.1.2020>.

Geba N. Bifaretti M. Catani M. Sebastian M. Roelling I. y Giusio M. (2017) Contabilidad social y ambiental: Aportes y compromisos financieros de las organizaciones económicas para los Objetivos del Desarrollo Sostenible. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/69444>

Gonzalez C. y Peña-Vinces J. (2022) A framework for a green accounting system-exploratory study in a developing country context, Colombia. *Environment, Development and Sustainability*. Pp. 9517-9541. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10668-022-02445-w>

Grilli G. Tyllianakis E. Luisetti T. Ferrini S. y Turner R. (2021) Prospective tourist preferences for sustainable tourism development in Small Island Developing States. *Tourism Management*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517720301047>

- Gutiérrez J. (2014) La contabilidad medioambiental, ecológica o verde. <https://drive.google.com/file/d/13F2GYW61laZaclRBu7XBt7e3ig8YKyGo/view>
- Guo Y. Jiang J. y Li S. (2019) A Sustainable Tourism Policy Research Review. *Sustainability*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/11/3187>
- Gray, R., Bebbington, J., Walters, D., & Blanco, S. A. M. (1999). Contabilidad y auditoría ambiental. Ecoe.
- Hansen, D., Mowen, M., Quiñones, A. y Fragoso, F. (1996). Administración de costos: contabilidad y control. International Thomson.
- Higham J. y Miller G. (2020) Transforming societies and transforming tourism: sustainable tourism in times of change. *Journal of Sustainable Tourism*. Pp. 1-8. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2018.1407519>
- Inchicahui, M. (2003). La Contabilidad social-origen y paradigmas. *Quipukamayoc*, 10 (19), 31-42.
- Jurnal L. Gusti I. Purnamawati A. Yuniarta G. Putu I. y Diatmika G. (2018) Green Accounting: A Management Strategy And Corporate Social Responsibility Implementation. *International Journal of Community Service Learning*. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJCSL/article/view/14198>
- Justita Dura. y Riyanto Suharsono. (2022) Application Green Accounting To Sustainable Development Improve Financial Performance Study In Green Industry. *Jurnal Akuntansi*. pp. 192-212. <http://ecojoin.org/index.php/EJA/article/view/893>
- Kanaka R. (2018) Green Accounting Practices. *Indian Journal of Accounting*. Pp. 59-68. <https://indianaccounting.org/downloads/009%20%20Dr.%20K.Kanaka%20Raju.pdf>
- Kapera I. (2018) Sustainable tourism development efforts by local governments in Poland. *Sustainable Cities and Society*. pp. 581-588. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2210670717314725>
- Khalid S. Ahmad M. Ramayah T. Hwang J. y Kim I. (2019) Community Empowerment and Sustainable Tourism Development: The Mediating Role of Community Support for Tourism. *Sustainability*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/22/6248>
- Kamiche J.(2012). Métodos de valoración económica: una breve revisión teórica y algunas aplicaciones. Universidad del Pacifico. Perú.
- Laporta, R. (2010). Gestión de costos medioambientales y costos de salidas no-producto. *Revista Universo Contábil*, vol. 6, núm. 2, abril-junio, 2010, pp. 141-152. Universidade Regional de Blumenau. Blumenau, Brasil. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1170/117015183009.pdf>
- León-Gómez A. Ruiz-Palomo D. Fernández-Gámez M. y García-Revilla M. (2021) Sustainable Tourism Development and Economic Growth: Bibliometric Review and Analysis. *Sustainability*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/4/2270>
- Luvezute Kripka, R. M., Scheller, M., & De Lara Bonotto, D. (2015). La investigación documental sobre la investigación cualitativa: conceptos y caracterización. *Revista de Investigaciones UNAD*, 14(2), 55. doi:10.22490/25391887.1455.

- Martí, A. (2020). Inversión Socialmente Responsable: La oportunidad de la Sostenibilidad [Universitat Jaume I]. <http://hdl.handle.net/10234/192595>
- McKinsey & Company. (2020). *Social Responsibility Report 2020: Delivering on our purpose*.
- Múnera, J. (2004). Valoración económica de costos ambientales: Marco conceptual y métodos de estimación. *Semestre económico*, 7(13), 160-192.
- Nguyen T. Young T. Johnson P. y Wearing S. (2019) Conceptualising networks in sustainable tourism development. *Tourism Management Perspectives*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973619301072>
- Osorio, J. y Correa, F. (2004). Valoración económica de costos ambientales: marco conceptual y métodos de estimación. *Semestre Económico*, vol. 7, núm. 13, enero-junio, 2004, pp. 159-193. Universidad de Medellín. Medellín, Colombia. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1650/165013657006.pdf>
- Padrón, J. (2019) Fundamento teórico de las relaciones entre método, operaciones, técnicas e instrumentaciones, con referencia a la investigación científica, Nota 02 de ampliación para el seminario de Epistemología de la Investigación Cualitativa del Posdoctorado en Investigación Cualitativa del INICC, Lima (Perú).
- Palacios-Florencio B. Santos-Roldán L. Berbel-Pineda J. y Castillo-Canalejo A. (2021) Sustainable Tourism as a Driving force of the Tourism Industry in a Post-Covid-19 Scenario. *Social Indicators Research*. Pp. 991-1011. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11205-021-02735-2>
- Patterson M. McDonald G. y Hardy D. (2017) Is there more in common than we think? Convergence of ecological footprinting, emergy analysis, life cycle assessment and other methods of environmental accounting. *Ecological Modelling*. Pp. 19-36. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0304380017300613>
- Perles Ribes E. Francisco J. Baidal I. Francisco Perles Ribes J. y Ivars Baidal J. (2018) Smart sustainability: a new perspective in the sustainable tourism debate. *Journal of Regional Research*. Pp. 151-170. <https://www.redalyc.org/journal/289/28966251009/28966251009.pdf>
- Pérez R. y Bejarano A. (2008) Sistema de gestión ambiental: Serie ISO 14000. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. Pp. 89-105. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20611457007.pdf>
- Perce, D. y Markandya, A. (1989). *The benefits of environmental Policy*, OCDE, París.
- PNUD. (2020). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE. <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Sustainability Advisory. (2019). *Conscious consumer UAE*. <https://www.sustainabilityadvisory.net/consciousconsumer>
- Pomi, R. (2008). Gestión de costos medioambientales y costos de no-producto. En III Jornadas Universitarias Internacionales de Contabilidad: Montevideo, Uruguay, 5, 6 y 7 de noviembre de 2008 (p. 22).
- Purnomo S. Rahayu E. Riani A. Suminah S. y Udin U. (2020) Empowerment Model for Sustainable Tourism Village in an Emerging Country. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. pp. 261-270. <https://acortar.link/94xf14>

- Qian J. Shen H. y Law R. (2018) Research in Sustainable Tourism: A Longitudinal Study of Articles between 2008 and 2017. *Sustainability*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/3/590>
- Quinche, F. (2008). Una evaluación crítica de la contabilidad ambiental empresarial. Vol. XVI (1), Junio 2008, 197-216. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v16n1/v16n1a14.pdf>
- Riyadh H. Al-Shmam M. Huang H. Gunawan B. y Alfaiza S. (2020) The Analysis of Green Accounting Cost Impact on Corporations Financial Performance. *Journal of Energy Economics and Policy*. pp. 421-426. https://www.zbw.eu/econis-archiv/bitstream/11159/8048/1/1762663759_0.pdf
- Roxas F. Rivera J. y Gutierrez E. (2020) Mapping stakeholders' roles in governing sustainable tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. pp. 387-398. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677020302114>
- Ripka de Almeida, A., da Silva, C. L., & Hernández Santoyo, A. (2018). Métodos de valoración económica ambiental: instrumentos para el desarrollo de políticas ambientales. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(4), 246-255.
- Rodríguez, L. y Ríos-Osorio, L. (2016). Evaluación de sostenibilidad con metodología GRI. *Dimens. empres.* vol.14 no.2 Barranquilla July/Dec. 2016. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632016000200006
- Rodríguez D. y Valdés P. (2018) Balance de las publicaciones que abordan el concepto de contabilidad ambiental en revistas contables colombianas. *Revista visión contable*. Pp. 26-79. <https://publicaciones.unaula.edu.co/index.php/VisionContable/article/view/491/610>
- Sadiku M. Ashaolu T. Adekunte S. y Musa S. (2021) Green accounting: A Primer. *International Journal Of Scientific Advances*. <https://www.ijscia.com/wp-content/uploads/2021/02/Volume2-Issue1-Jan-Feb-No.42-60-62.pdf>
- Santos-Roldán L. Canalejo A. Berbel-Pineda J. y Palacios-Florencio B. (2020) Sustainable Tourism as a Source of Healthy Tourism. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. Pp. 1-15. <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/15/5353>
- Saud S. Chen S. Haseeb A. y Sumayya. (2020) The role of financial development and globalization in the environment: Accounting ecological footprint indicators for selected one-belt-one-road initiative countries. *Journal of Cleaner Production*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652619343884>
- Saputra K. Manurung D. Rachmawati L. Siskawati E. y Genta F. (2021) Combining the Concept of Green Accounting with the Regulation of Prohibition of Disposable Plastic Use. *International Journal of Energy Economics and Policy*. Pp. 84-90. <http://repository.ikopin.ac.id/1141/>
- Scott D. (2021) Sustainable Tourism and the Grand Challenge of Climate Change. *Sustainability*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/4/1966>
- Skaf L. Buonocore E. Dumontet S. Capone R. y Franzese P. (2019) Food security and sustainable agriculture in Lebanon: An environmental accounting framework. *Journal of Cleaner Production*. Pp. 1025-1032. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652618333341>

- Streimikiene D. Svagzdiene B. Jasinskas E. y Simanavicius A. (2019) Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/sd.2133>
- Susanto A. y Meiryani. (2019) The impact of Environmental Accounting Information System Alignment on Firm Performance and Environmental Performance: A case of Small and Medium Enterprises s of Indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy*. Pp. 229-236. <https://www.proquest.com/openview/310eef7ab451556bccb577eb982a8016/1?pq-origsite=gscholar&cbl=816340>
- Taqi M. Rusydiana A. Kustiningsih N. y Firmansyah I. (2021) Environmental Accounting: A Scientometric using Biblioshiny. *International Journal of Energy Economics and Policy*. Pp. 369-380. https://www.zbw.eu/econis-archiv/bitstream/11159/7720/1/1771705744_0.pdf
- Torres-Delgado A. y López Palomeque F. (2018) The ISOST index: A tool for studying sustainable tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*. Pp. 281-289. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212571X16301378>
- Villareal Z. Samantha D. Castillo S. y Sheyla L. (2021). Estrategias para la adecuada gestión de residuos sólidos en los hoteles. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/658597/Zloczover_VD.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Von Bischoffshausen, W. (1996). Una visión general de la contabilidad ambiental. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (29), 139-170.
- Wahyuddin Abdullah M. y Yuliana A. (2018) Corporate Environmental Responsibility: An Effort To Develop A Green Accounting Model. *Jurnal Akuntansi*. Pp. 305-320. <http://ecojoin.org/index.php/EJA/article/view/390>

MARCA VERDE

Data de aceite: 01/10/2024

Madeline Melchor Cardona

Universidad Autónoma de Occidente
<https://orcid.org/0000-0003-1080-6203>

RESUMEN: El desarrollo de estrategias de gestión de marca verde en las organizaciones debe entenderse como una necesidad, toda vez que hoy las organizaciones tienen una orientación más de cuidado de su impacto ambiental y sostenibilidad. Este tipo de gestión puede definirse como una fusión de la gestión medioambiental con la gestión del marketing y sus prácticas, las cuales deben permitir que las empresas y en este caso, las del sector hotelero de Cali, implementen acciones o un sistema que permita crear una conciencia entre la dirección y el personal para un mejor desempeño de su sostenibilidad ambiental. Hoy la sociedad impone una gran atención a los efectos de impacto ambiental por parte de las empresas, lo que lleva a que muchas organizaciones dispongan de recursos y capacidades, para alcanzar un desarrollo más sostenible. Por estas razones, la presente investigación analizó las prácticas de gestión de la marca desde una mirada ambiental o Green Brand, para proponer apuestas de acción e

intervención en las Mipyme, haciendo una validación de la propuesta en los Hoteles de Cali, dada la relevancia de estos para el Sector Turístico y su sinergia en el Mercado Global. Esta investigación se realizó bajo una metodología cualitativa, basada principalmente en una revisión documental de la normatividad específica asociada al sector, relacionada con prácticas sostenibles, para lo cual se realizó la búsqueda y compilación de normas de obligatorio cumplimiento y de premios y sellos asociados con la sostenibilidad en los hoteles, que son de carácter voluntario para su implementación y que rigen para Colombia y en otros países. También se realizaron entrevistas en profundidad a una muestra de gerentes de hoteles del Valle del Cauca que permitió identificar qué están haciendo los hoteles en su gestión ambiental para la sostenibilidad y cómo lo han relacionado con el posicionamiento de una marca verde. Así mismo, precisar los impulsores y los limitantes para su gestión en sostenibilidad verde y la disposición que consideran tener para incluir aspectos sostenibles en su gestión. Como resultado se encontró que existen 9 normas de obligatorio cumplimiento, 10 voluntarias (nacionales e internacionales) que rigen en

Colombia y 15 (internacionales) voluntarias que rigen en otros países. Se identificaron los indicadores que requieren dichas normas y se encontró coincidencia en una buena parte de ellos lo que les facilita a los hoteles el apuntar a varios de ellos desde una misma acción y estrategia de sostenibilidad ambiental. Desde la medición a los gerentes de hoteles, se encontró que, si bien han implementado acciones buscando impacto ambiental positivo y han hecho acercamientos con certificados y sellos verdes, en general, desconocen en qué consisten estos certificados y cómo llevarlos a cabo. Los hoteles expresan sus acciones de cuidado ambiental como un diferencial estratégico, pero no como herramienta comercial y en este sentido el posicionamiento de la marca verde no está desarrollado realmente. A partir de esta situación, la investigación permitió diseñar una guía práctica para la gestión verde de la marca, que precisa la información necesaria de las acciones que deben diseñar e implementar en los procesos de servicio del hotel y posteriormente incluirlos en su estrategia de comunicación de marca, para avanzar en el posicionamiento de marca verde.

PALABRAS CLAVE: Marca verde, sostenibilidad ambiental, objetivos de desarrollo sostenible

ABSTRACT: Development of green brand management strategies in organizations must be understood as a necessity, since today organizations have a greater focus on caring for their environmental impact and sustainability. This type of management can be defined as a fusion of environmental management with marketing management and its practices, which must allow companies, and in this case, those in the Cali hotel sector, to implement actions or a system that allows creating a awareness among management and staff for better performance of their environmental sustainability. Today, society imposes great attention to the effects of environmental impact on the part of companies, which leads to many organizations having resources and capabilities to achieve more sustainable development. For these reasons, this research analyzed the brand management practices from an environmental or Green Brand perspective, to propose action and intervention bets in MSMEs, validating the proposal in the Hotels of Cali, given the relevance of these for the Tourism Sector and its synergy in the Glocal Market. This research was carried out under a qualitative methodology, based mainly on a documentary review of the specific regulations associated with the sector, related to sustainable practices, for which the search and compilation of mandatory compliance standards and awards and seals associated with the sustainability in hotels, which are voluntary for implementation and which apply to Colombia and other countries. Interviews were also carried out with a sample of hotel managers in Valle del Cauca, which made it possible to identify what hotels are doing in their environmental management for sustainability and how they have related it to the positioning of a green brand. Likewise, specify the drivers and limitations for their management in green sustainability and the willingness they consider to have to include sustainable aspects in their management. As a result, it was found that there are 9 mandatory standards, 10 voluntary (national and international) that govern in Colombia and 15 (international) voluntary that govern in other countries. The indicators required by these standards were identified and a coincidence was found in a good part of them, which makes it easier for hotels to target several of them from the same environmental sustainability action and strategy. From the measurement to hotel managers, it was found that, although they have implemented actions seeking positive environmental impact and have made approaches with green certificates and seals, in general, they do not know what

these certificates consist of and how to carry them out. Hotels express their environmental care actions as a strategic differential, but not as a commercial tool and in this sense the positioning of the green brand is not really developed. Based on this situation, the research allowed us to design a practical guide for the green management of the brand, which specifies the necessary information on the actions that must be designed and implemented in the hotel's service processes and subsequently included in its communication strategy. brand, to advance green brand positioning.

KEYWORDS: Green brand; environmental sustainability, sustainable development goals

3.1 Conceptualización de la Marca Verde

Diversos autores han abordado el concepto de marketing verde, que de acuerdo con Laheri *et al.*, (2014), se viene investigando desde 1980 y está articulado a otros conceptos como marca sostenible y marca verde.

De acuerdo con Dangelico & Vocalelli (2017), "El concepto de Marketing Verde, ha tenido una evolución del concepto a lo largo del tiempo, pasando de ser una herramienta de marketing tradicional a convertirse en una estrategia que afecta a toda la empresa, de centrarse en problemas medioambientales específicos a tener en cuenta cuestiones de sostenibilidad global, de referirse a productos e industrias específicas a impregnar todo el mercado. También hay que tener en cuenta que se han utilizado varios términos para referirse a la integración de la sostenibilidad medioambiental en el marketing, en algunos casos indistintamente y en otros con significados diferentes. Sin embargo, no parece haber acuerdo en cuanto a los significados ligeramente diferentes de los términos utilizados." (p. 1273)

Para Khandelwal *et al.* (2021, p. 1) "La conciencia medioambiental ha sido un importante tema de investigación durante al menos tres décadas; sin embargo, pocos estudios se han centrado específicamente en la marca verde. Varias organizaciones han comprendido esta idea y han trabajado eficazmente para modificar sus negocios y adoptar un enfoque ecológico. La definición de prácticas verdes ha introducido una nueva normativa que ha abierto nuevas posibilidades y condiciones ideales para las organizaciones."

Una marca verde se distingue de las demás por tener no sólo un conjunto específico de características de la etiqueta, sino también la ventaja de un impacto medioambiental reducido. El concepto de marca verde es aplicable a los bienes industriales, los bienes de consumo o los servicios. Las industrias aceptan la responsabilidad medioambiental porque la sociedad aumenta la preocupación por la contaminación del medio ambiente a todos los niveles. La atención de los clientes hacia las marcas verdes aumentó tras el aumento de los problemas biológicos que todos experimentan profundamente. Además, las empresas indias se sienten atraídas por la marca verde debido al cambio de tendencia hacia la sostenibilidad medioambiental (Khandelwal *et al.*, 2021).

Según Loučanová et al. (2021) “desde la perspectiva del consumidor verde, la imagen de una marca verde es una pista importante en este sentido. Los consumidores suelen percibir una marca basándose en sus recuerdos asociados, y esa percepción acaba generando su imagen global de la marca. Por lo tanto, una imagen de marca verde es un conjunto de percepciones de la marca en la mente de los consumidores que se asocia con preocupaciones y compromisos medioambientales.” (p. 2)

Por lo tanto, si una empresa puede considerar positivamente el marketing verde como una práctica estratégica, sólo entonces podrá incorporar con éxito todos los aspectos de la marca verde sostenible. Si las empresas están dispuestas a contribuir a la satisfacción general de los clientes proporcionándoles productos y servicios ecológicos, sólo entonces los clientes las preferirán sobre sus competidores. Los clientes están dispuestos a comprar productos sostenibles desde el punto de vista medioambiental incluso a un coste doble. Las empresas desean obtener un reconocimiento valioso. Por este motivo, las organizaciones construyen su imagen de marca como empresas que satisfacen a sus clientes al tiempo que prestan atención al clima (Khandelwal et al., 2021).

Como lo explica Khandelwal *et al.*, (2021), una marca verde se distingue de las demás por tener no sólo un conjunto específico de características de la etiqueta, sino también la ventaja de un impacto medioambiental reducido. Alwi y Kitchen (2014) afirmaron que la marca verde puede definirse como una estrategia de marketing en la que los consumidores asocian las marcas o los productos con la sostenibilidad y la conservación del medio ambiente. Según Loučanová *et al.*, (2021) una imagen de marca verde es un conjunto de percepciones de la marca en la mente de los consumidores que se asocia con preocupaciones y compromisos medioambientales. Así, Khandelwal *et al.*, (2021) concluye que, si una empresa puede considerar positivamente el marketing verde como una práctica estratégica, sólo entonces podrá incorporar con éxito todos los aspectos de la marca verde sostenible. Si las empresas están dispuestas a contribuir a la satisfacción general de los clientes proporcionándoles productos y servicios ecológicos, sólo entonces los clientes las preferirán sobre sus competidores teniendo en cuenta que los clientes están dispuestos a comprar productos sostenibles desde el punto de vista medioambiental incluso a un coste doble.

3.2 Prácticas de sostenibilidad verde en los hoteles, asociada a la marca

A partir de las entrevistas en profundidad realizadas, se identificaron los siguientes aspectos asociadas a la sostenibilidad verde en la marca, que los hoteles han implementado.

Se cuenta en los hoteles con políticas definidas para protección del medio ambiente, lo cual lo incluyen en algunas prácticas que tienen implementadas. Incluso, algunos hoteles (2) cuentan con un área destinada para la sostenibilidad ambiental. Este hallazgo es un aspecto positivo que muestra una disposición amplia y positiva a tomar acción para la

sostenibilidad ambiental. Como dificultades, los hoteles manifiestan que la cultura de la sostenibilidad no es sencilla para todos los empleados y causa molestia en algunos de ellos, lo que se acrecienta con que tienen una alta rotación en el personal operativo, esta situación fue manifestada por todos los hoteles (7). Prácticas como disminuir el uso del plástico es una de las más complejas de implementar, informó 1 de los hoteles

Las prácticas de cuidado del medio ambiente que han desarrollado se relacionan a continuación. Se muestran como un compendio de todas las que los gerentes de hoteles expresaron en las entrevistas en profundidad, sin embargo, es importante anotar que no todas están implementadas en todos los hoteles. Se consideró importante mostrarlas en conjunto para efectos de visualizar de forma general, en que están los hoteles actualmente, frente a prácticas ambientales. Las prácticas identificadas son:

Control de contaminación: uso de productos químicos biodegradables para aseo y lavandería; materias primas ecológicas; control de residuos en la cocina; reciclaje del aceite; ruta hospitalaria para desechos; separación de residuos en las habitaciones; cuentan con unidad de residuos sólidos y disminución uso del plástico

Cuidado de los recursos naturales: reducir el consumo de agua; control en el uso de aire acondicionado; control en el cambio de lencería de las habitaciones; habitaciones con ahorro de energía; control de uso agua caliente - horario de uso; están en proceso de utilizar paneles solares; solo trabajan con proveedores que ofrezcan productos totalmente amigables con el medio ambiente; trabajan con proveedores locales y tienen su propia huerta donde cultivan sus propias aromáticas, frutas y estevia

Comunicación con el cliente: información de control en el uso de servicios e implementos para los clientes; uso de transporte eléctrico para el traslado de los clientes; habladores con indicaciones ambientales en las habitaciones; dispensadores de productos de aseo personal; cuentan con puntos de reciclaje.

Las principales dificultades que manifiestan para implementar prácticas de sostenibilidad ambiental es la resistencia tanto de los clientes como de los empleados. En el caso de empleados expresan que se les dificulta comprender los conceptos de lo que deben hacer y frente a los clientes, algunos muestran desagrado y no están de acuerdo con las prácticas de cuidado del medio ambiente. Esta situación fue manifestada por 3 hoteles

También expresan falta de conocimiento de los procesos de sostenibilidad, no hay suficientes proveedores que aporten a la sostenibilidad y consideran que financieramente es más costoso tener productos sostenibles. Esta situación fue manifestada por 5 hoteles

Un punto importante que se relaciona directamente con nuestra investigación, es que consideran que hay una gran cantidad de requisitos por parte de las normas ambientales, lo cual lo consideran una limitante (manifestado por 5 hoteles). Con la guía práctica resultado de la presente investigación, se espera aportar a los gerentes de los hoteles a minimizar este limitante y así poder avanzar en la implementación de la sostenibilidad ambiental. Adicionalmente y a pesar de la resistencia de algunos clientes, los gerentes de hoteles

también han identificado que los clientes están más informados de los temas ambientales, lo cual es un impulsor más para que puedan desarrollar de forma plena, la sostenibilidad ambiental en los hoteles.

Con relación a las acciones de posicionamiento de marca verde, algunos hoteles manifiestan que no han hecho acciones que trabajen, promuevan y posicionen el hotel como una marca verde. Las acciones que si han implementado se pueden enfocar en la comunicación con el cliente, como las siguientes:

- Exponerles a los clientes que estamos no solo con la categoría de cinco estrellas y con certificado de calidad Icontec, sino que además cuentan con una certificación adicional en temas de sostenibilidad
- A través de la página WEB publican acciones sostenibles en el uso del transporte y se promueve el cuidado del medio ambiente durante la estadía en el hotel, por ejemplo: separar las basuras, espacio libre de humo, apagar el aire acondicionado. Sin embargo, son aspectos que no son bien usados por los clientes por lo cual los que aún no lo tienen, están en implementación de control electrónico de la energía y del aire acondicionado
- Se hace recorrido del hotel, con los clientes, para mostrarles las alternativas que ofrecen, por ejemplo, con huertas sostenibles
- El posicionamiento de la marca no está desarrollado realmente, han hecho acercamientos con certificados y sellos verdes, pero desconocen en qué consisten y cómo llevarlos a cabo.
- Expresan sus acciones de cuidado ambiental como un diferencial estratégico, pero no como herramienta comercial.

3.3 Acciones para constituir una marca verde

Para consolidar una estrategia de contar con una marca verde que además logre la certificación de diversas entidades que les permitirá posicionar su marca con responsabilidad ambiental, se deben desarrollar estrategias de comunicación y marketing que permitan cumplir con los siguientes lineamientos. Los elementos se revisaron y discutieron para ser clasificados en categorías que les faciliten a los hoteles su implementación. Se organizan en cuadros por categoría y por proceso en estudio.

De esta manera, con el cumplimiento de estos requerimientos, los hoteles pueden apostarle a las diferentes certificaciones y sellos verdes, lo que les permitirá consolidarse como un hotel con sello verde, lo que impacta positivamente la percepción del consumidor que busca con sus acciones, aportar a la protección del medio ambiente.

Importante anotar que estas acciones apuntan a las diferentes certificaciones, así con cada una de ellas se logra varias metas frente a cada certificación.

Con esta consolidación de los requerimientos obligatorios y no obligatorios para los hoteles, en el marco de la sostenibilidad ambiental, se da respuesta al objetivo general

que busca categorizar las mejores prácticas que inciden en el desarrollo de marca y la sostenibilidad ambiental como actor distintivo en las mipyme del sector hotelero en Santiago de Cali Colombia.

En este sentido las categorías de las mejores prácticas se agruparon en los siguientes componentes: satisfacción del cliente, comunicación al cliente, prácticas en restaurantes, prácticas en transporte, trabajo con la comunicada y prácticas en los que paquetes turísticos que ofrecen. A continuación, se explican las practicas requeridas para cada una de las categorías identificadas.

Satisfacción del cliente

Satisfacción del Cliente: Se mide la satisfacción del cliente y se toman medidas correctivas cuando corresponde.

CRM: Se dispone de un sistema de gestión de las relaciones con los clientes (CRM)

Privacidad del cliente: La empresa garantiza que la privacidad del cliente no se vea comprometida.

Comunicación al cliente

Precisión de los materiales promocionales: Los materiales promocionales son precisos y completos y no prometen más de lo que la empresa puede entregar.

Estrategia de comunicación: La Empresa ha implementado una estrategia de comunicación integral para informar a los visitantes y huéspedes sobre sus políticas, programas e iniciativas sostenibles.

La información facilitada a los clientes o difundida como parte del esfuerzo de marketing debe aumentar sensibilizar al público sobre las condiciones naturales, culturales, sociales y políticas del destino de acogida.

Indicación de alojamientos y excursiones sostenibles: los alojamientos, excursiones, paquetes y/u opciones de transporte sostenibles (certificados) se promocionan con logotipos u otros mensajes. Son reconocibles para el consumidor y se presentan como la “mejor” opción.

Información sobre sostenibilidad: Se informa a los clientes sobre los aspectos y problemas clave de la sostenibilidad en el destino y se les dan recomendaciones sobre cómo contribuir positivamente (por ejemplo, limitación del uso de recursos, residuos, souvenirs ilegales, hábitos culturales, código de vestimenta, iniciativas que hay que apoyar).

Comunicación con el cliente: En caso de que las agencias socias estén directamente en contacto con los clientes, proporcionan información e interpretación sobre cuestiones relevantes de sostenibilidad en el destino (protección de la flora, la fauna y el patrimonio cultural, uso de recursos) y sobre valores socioculturales (consejos, código de vestimenta y fotografía), incluida la distribución de códigos de conducta para clientes.

Restaurante

En el restaurante se ofrece un menú alternativo vegetariano/vegano.
El establecimiento indica en el menú o en el bufé los productos que son ecológicos, con etiqueta de comercio justo y/o de producción local.
El restaurante y todas las zonas públicas deben ser para no fumadores o tener zonas designadas para fumadores.
Alimentos locales y justos: Se estimula a los alojamientos para que compren y utilicen productos alimentarios locales producidos según los principios del comercio justo y la sostenibilidad.

Transporte

El establecimiento debe facilitar información sobre el lugar más cercano para alquilar o tomar prestadas bicicletas.

El establecimiento utiliza vehículos motorizados respetuosos con el medio ambiente.

El establecimiento informa y anima a los huéspedes a utilizar alternativas de transporte sostenibles

Transporte sostenible: Se informa a los clientes sobre el impacto medioambiental de las distintas opciones de transporte para llegar al destino (en caso de que no estén incluidas en el paquete). Se ofrecen alternativas sostenibles, siempre que estén disponibles.

Trabajo con la comunidad

Desarrollo Comunitario: La empresa apoya activamente iniciativas para el desarrollo comunitario social y de infraestructura que incluyen, entre otros, educación, salud y saneamiento.

Consulta a la comunidad: Se consulta a las comunidades locales, en relación con las actividades que la empresa lleva a cabo en las zonas donde reside, con el objetivo de evitar efectos adversos sobre el acceso local a los medios de subsistencia, incluido el uso de la tierra y los recursos acuáticos, los derechos de paso, el transporte y la vivienda.

Paquetes turísticos que se ofrecen

Turismo Vivencial o Interpretativo: Se brinda a los clientes información y conocimiento sobre el entorno natural, la cultura local y el patrimonio cultural, así como también se explica el comportamiento apropiado durante la visita a áreas naturales, culturas vivas y sitios de patrimonio cultural.

Ecoturismo significa bajo impacto y respeto por la naturaleza y el patrimonio cultural. Las actividades al aire libre realizadas por operadores turísticos o promovidas por unidades de alojamiento o centros de visitantes tienen que ser un ejemplo de buenas prácticas de respeto y protección de la naturaleza y el patrimonio cultural.

Paquetes sostenibles: La empresa ha integrado y/o está promoviendo uno o más productos / paquetes vacacionales sostenibles basados en una metodología reconocida (incluyendo transporte sostenible, alojamientos sostenibles y actividades sostenibles).

Excursiones ofrecidas: La empresa ha realizado un inventario de las excursiones sensibles desde el punto de vista medioambiental o cultural que ofrece en cada destino. Esto incluye las excursiones ofrecidas por la empresa o por socios locales a sus clientes (agencia asociada y/o alojamientos).

Apoyo a la protección del medio ambiente y la biodiversidad: Siempre que sea pertinente para el tipo específico de productos ofrecidos, la empresa incluye en los paquetes o promociona entre los clientes excursiones y actividades que apoyan el medio ambiente y la biodiversidad locales (por ejemplo, visitas a zonas protegidas, visitas a proyectos de protección del medio ambiente).

En el siguiente apartado se muestra una propuesta de indicadores para seguimiento y cumplimiento en el marco de las líneas de las prácticas identificadas anteriormente, y relacionado con el trabajo que se hace con los clientes y para los clientes. De esta manera se da respuesta al objetivo tres que busca proponer la relación entre el desarrollo de marca verde y la sostenibilidad ambiental en las mipyme del sector hotelero en Santiago de Cali Colombia. En los siguientes cuadros están las categorías que los hoteles deben abordar para convertirse en un hotel con sello verde y en consecuencia manejar su marca verde. Para cada categoría se definieron indicadores que le ayuda a los hoteles a medir su avance y desempeño en la sostenibilidad ambiental, de esta manera se relaciona el desarrollo de

marca verde (columna de la izquierda con las prácticas asociadas a sostenibilidad verde) con la sostenibilidad ambiental (indicadores que, de cumplirlos, permiten conseguir avance en la sostenibilidad ambiental).

Propuesta de relación entre practicas asociadas al desarrollo de marca verde y los indicadores de seguimiento de sostenibilidad ambiental

Prácticas asociadas a sostenibilidad verde	Indicador de seguimiento
Satisfacción del cliente	1. Nivel de satisfacción del cliente con el servicio recibido en el hotel
Comunicación al cliente	1. % de clientes que consideran que el hotel cumple lo que promete 2. % de clientes que reconocen las iniciativas sostenibles del hotel 3. Índice de conocimiento de los visitantes sobre las políticas sostenibles 4. % de clientes que reconocen las opciones de excursiones sostenibles que promueve el hotel 5. % de clientes que reconocen la información sobre prácticas sostenibles que promueve el hotel 6. % de clientes que reservan alojamientos, excursiones o paquetes sostenibles en comparación con el total de reservas realizadas. 7. % de clientes que participan en las prácticas sostenibles que promueve el hotel
Restaurante	1. % de clientes que reconocen en el menú del restaurante, los productos que cumplen normas de sostenibilidad 2. Porcentaje de huéspedes que eligen opciones vegetarianas/veganas en comparación con opciones no vegetarianas/veganas. 3. Porcentaje de productos en el menú o bufé que tienen etiquetas de comercio justo, ecológicas o son de producción local. 4. % de clientes que reconocen en el menú del restaurante, el uso de productos locales 5. Número de quejas o comentarios negativos relacionados con el tabaquismo en áreas designadas para no fumadores. 6. impacto en la comunidad local, medido mediante el apoyo a productores locales y el cumplimiento de estándares de comercio justo.
Transporte	1. % de clientes que hace uso de transporte sostenible, durante su estadía en el hotel 2. % de huéspedes que reciben información sobre opciones de alquiler o préstamo de bicicletas durante su estancia. 3. % de vehículos utilizados por el hotel que son eléctricos o utilizan combustibles alternativos.

Paquetes turísticos sostenibles	<ol style="list-style-type: none"> 1. % de clientes que reciben información sobre el entorno natural, la cultura local y el patrimonio cultural 2. % de actividades al aire libre que cumplen con estándares de sostenibilidad 3. Número de acciones de conservación del entorno natural llevadas a cabo 4. % de clientes que participan de las excursiones y actividades que apoyan el medio ambiente y la biodiversidad locales 5. Índice de participación de la comunidad local en la creación de paquetes sostenibles
---------------------------------	--

Adicionalmente se debe realizar un trabajo con la comunidad que se mide con los siguientes indicadores:

Prácticas asociadas a sostenibilidad verde	Indicador de seguimiento
Trabajo con la comunidad	Desarrollo Comunitario: Número de iniciativas para el desarrollo comunitario social y de infraestructura que apoya el hotel Consulta a la comunidad: Percepción de la comunidad acerca de las actividades que realiza el hotel (uso de la tierra, recursos acuáticos, uso de transporte)

La gestión para la sostenibilidad ambiental en los hoteles, se encuentra actualmente en proceso de fortalecimiento y extensión a cada uno de sus procesos. Si bien hay un nivel de consciencia alto frente a la necesidad de modificar sus procesos de servicio y atención, infraestructura y manejo, logística y distribución, hacia acciones que involucren prácticas de protección del medio ambiente, los gerentes de hotel aún expresan desconocimiento del cómo hacerlo, y de cuáles prácticas implementar.

En el ejercicio en el que han avanzado, se han encontrado con una importante limitante que es precisamente dos importantes actores del proceso: clientes y empleados. Para los clientes no es sencillo aceptar las directrices tomadas por algunos hoteles frente al cuidado del medio ambiente, y en muchos casos, no son parte de la solución, que cada ser humano tiene en el cuidado del planeta, como el hacer uso racional de agua, energía, plástico y tomar acción en el reciclaje.

Para los empleados, también ha resultado difícil adoptar las medidas de sostenibilidad ambiental, dado que se requiere control y seguimiento y se puede interpretar, como un trabajo adicional.

Ambos aspectos afectan la construcción de una marca verde, la cual se debe construir desde los procesos internos, para poder luego comunicarla y posicionarla.

Importante anotar, la disposición positiva y activa que tiene los gerentes de los hoteles para ir avanzando en el fortalecimiento de la gestión de sostenibilidad ambiental, siendo importante destacar, que es parte de su estrategia, que es un buen inicio para que sea luego, parte de su cultura. El avance es importante, dado que algunos incluso cuentan con un área específica encargada de la sostenibilidad ambiental.

Con relación al primer objetivo específico sobre caracterizar las etapas que inciden en el desarrollo de marca verde de las mipyme del sector hotelero en Santiago de Cali Colombia, se concluye que para consolidar una estrategia de contar con una marca verde que además logre la certificación de diversas entidades que les permitirá posicionar su marca con responsabilidad ambiental, se deben desarrollar estrategias de comunicación y marketing que permitan cumplir con los especificados en el punto 4.3. Los elementos se revisaron y discutieron para ser clasificados en categorías que les faciliten a los hoteles su implementación. Se organizan en cuadros por categoría y por proceso en estudio.

En este sentido las categorías de las mejores prácticas se agruparon en los siguientes componentes: satisfacción del cliente, comunicación al cliente, prácticas en restaurantes, prácticas en transporte, trabajo con la comunicada y prácticas en los que paquetes turísticos que ofrecen.

De esta manera, con el cumplimiento de estos requerimientos, los hoteles pueden apostarle a las diferentes certificaciones y sellos verdes, lo que les permitirá consolidarse como un hotel con sello verde, lo que impacta positivamente la percepción del consumidor que busca con sus acciones, aportar a la protección del medio ambiente.

Importante anotar que estas acciones apuntan a las diferentes certificaciones, así con cada una de ellas se logra varias metas frente a cada certificación. Los detalles especificados en el punto 4.3 constituyen el principal hallazgo de la investigación en tanto permite a los hoteles, tener total claridad frente a las acciones que deben implementar para cumplir la gestión de marca verde. Importante anotar que es esta una necesidad imperiosa para los hoteles, dado que no obstante su alto interés en contar con procesos verdes, desconocen el cómo hacerlo. Con la investigación se busca dar respuesta a este interrogante de los hoteles, por lo cual se les entregará una guía práctica que vincula y articula los hallazgos de la investigación.

Con relación al segundo objetivo acerca de describir los estándares que normatizan el desarrollo de marca asociadas con la sostenibilidad ambiental en las mipyme del sector hotelero en Santiago de Cali Colombia, se realizó una compilación de normatividad, premios y sellos asociados con la sostenibilidad de los hoteles. Para las normas asociadas a las prácticas verdes del sector hotelero que son de obligatorio cumplimiento, se listan 2 leyes, 1 decreto, 1 resolución, emitidas por el gobierno colombiano que son de obligatorio cumplimiento y que rigen la gestión administrativa de los hoteles. Para las normas y certificaciones asociadas a las prácticas verdes del sector hotelero, voluntarias que rigen en Colombia se explica la norma ISO9001 y se encontraron 7 certificaciones y 1 premio y finalmente para las normas y certificaciones asociadas a las prácticas verdes del sector hotelero voluntarias que rigen en otros países se identificaron 14 certificaciones y sellos verdes. Esta consolidación de normas, certificaciones y sellos es un importante hallazgo en tanto los hoteles tendrán mucha más claridad hacia dónde dirigir sus esfuerzos en sostenibilidad verde de acuerdo con sus objetivos organizacionales

El tercer objetivo busca proponer la relación entre el desarrollo de marca verde y la sostenibilidad ambiental en las mipyme del sector hotelero en Santiago de Cali Colombia. Se consolidó en un esquema las categorías que los hoteles deben abordar para convertirse en un hotel con sello verde y en consecuencia manejar su marca verde. Para cada categoría se definieron indicadores que le ayuda a los hoteles a medir su avance y desempeño en la sostenibilidad ambiental, de esta manera se relaciona el desarrollo de marca verde (prácticas asociadas a una marca verde) con la sostenibilidad ambiental (indicadores que, de cumplirlos, permiten conseguir avance en la sostenibilidad ambiental)

Se cuenta entonces con la información necesaria para que los hoteles puedan orientar sus acciones para convertirse en hoteles con sello verde.

Como recomendaciones finales se sugiere estimular a los empleados y a los clientes, permanentemente, en las prácticas de uso responsable de los servicios y productos ofrecidos en los hoteles. El aportar en el aumento de conciencia entre empleados y clientes, como actores principales del proceso, redundará en una mayor participación para el objetivo en común.

Es importante involucrar a los empleados en el proceso y proporcionarles la capacitación en sensibilización ambiental, entrenamiento en el uso eficiente de recursos y la promoción de comportamientos eco amigables. También se sugiere realizar procesos de evaluación de los valores y la identidad de la marca del hotel para alinearlos con principios de sostenibilidad ambiental. Así como, desarrollar estrategias de comunicación de marca para destacar las prácticas y compromisos ambientales del hotel, y así consolidar un posicionamiento del sello verde en los hoteles. Adicionalmente contar con un sistema de medición y seguimiento, garantiza el tener control sobre el nivel de cumplimiento de las prácticas sostenibles y así contar con indicadores que pueden presentar a las entidades reguladoras y certificadoras para obtener los sellos y las certificaciones verdes.

REFERENCIAS

Dangelico, R. M., & Vocalelli, D. (2017). "Green Marketing": An analysis of definitions, strategy steps, and tools through a systematic review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 165, 1263-1279. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.07.184>

Euromonitor. (2020). *Sustainability: Colombia. May*.

Esty, D., Winston, A., (2009). *Green to Gold: How Smart Companies Use Environmental Strategy to Innovate, Create Value, and Build a Competitive Advantage*. John Wiley, Hoboken, N.J.

Fernandez-Izquierdo, M. A., Muñoz-Torres, M. J., Escrig-Olmedo, E., Rivera-Lirio, J., & Ferrero-Ferrero, I. (2018). Las agencias de calificación de la sostenibilidad, impulsoras de la inversión socialmente responsable. *Boletín de estudios Económicos*, LXXIII(224), 367-385.

Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*. [https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Consumer Packaged Goods/Our Insights/True Gen Generation Z and its implications for companies/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.ashx](https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Consumer/Packaged%20Goods/Our%20Insights/True%20Gen%20Generation%20Z%20and%20its%20implications%20for%20companies/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.ashx)

Green Jr., K., Zelbst P., Meacham J., Bhadauria V. (2012). Green Supply Chain Management Practices: Impact on Performance. *Supply Chain Management: An International Journal* 17 (3): 290–305.

- Khandelwal, U., Tripathi, V., & Gupta, A. (2021). A Bibliometric Analysis of Green Branding Research from 2000 to 2019. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 097226292110339. <https://doi.org/10.1177/09722629211033916>
- Kotler, P. (2011). Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative. *Journal of Marketing*, 75(4), 132-135. <https://doi.org/10.1509/jmkg.75.4.132>
- Laheri, V. K., Dangi, H., & Vohra, A. (2014). Green Marketing: Development of Construct and Its Evolution. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation*, 10(2), 147-155. <https://doi.org/10.1177/2319510X14536220>
- Lin, Y., y Ho, H. (2008). An Empirical Study on Logistics Service Providers' Intention to Adopt Green Innovations. *Journal of technology Management y Innovation*, 3(1), 17-26.
- Loučanová, E., Šupín, M., Čorejová, T., Repková-Štofková, K., Šupínová, M., Štofková, Z., & Olšiaková, M. (2021). Sustainability and Branding: An Integrated Perspective of Eco-innovation and Brand. *Sustainability*, 13(2), 732. <https://doi.org/10.3390/su13020732>
- Luvezute Kripka, R. M., Scheller, M., & De Lara Bonotto, D. (2015). La investigación documental sobre la investigación cualitativa: conceptos y caracterización. *Revista de Investigaciones UNAD*, 14(2), 55. doi:10.22490/25391887.1455.
- Martí, A. (2020). Inversión Socialmente Responsable: La oportunidad de la Sostenibilidad [Universitat Jaume I]. <http://hdl.handle.net/10234/192595>
- Mishra, P., Mishra, P., (2017). Green human resource management: a framework for sustainable organizational development in an emerging economy. *Int. J. Org. Anal.* 25 (5), 762-788.
- McKinsey & Company. (2020). *Social Responsibility Report 2020: Delivering on our purpose.*
- Padrón, J. (2019) Fundamento teórico de las relaciones entre método, operaciones, técnicas e instrumentaciones, con referencia a la investigación científica, Nota 02 de ampliación para el seminario de Epistemología de la Investigación Cualitativa del Posdoctorado en Investigación Cualitativa del INICC, Lima (Perú).
- Pipatprapa A., Huang H., Huang C. (2017) The Role of Quality Management & Innovativeness on Green Performance, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 24(3) (2017) 249-260.
- PNUD. (2020). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Sustainability Advisory. (2019). *Conscious consumer UAE*. <https://www.sustainabilityadvisory.net/consciousconsumer>
- Teixeira, A., Jabbour, C., Latan, H. (2016). Green training and green supply chain management: Evidence from Brazilian firms. *J. Clean. Prod.*, 116, 170–176.

Vachon, S., Klassen, R., (2006). Extending green practices across the supply chain. *Int. J. Oper. Prod. Manag.* 26 (7), 795e821. <https://doi.org/10.1108/01443570610672248>

Vyas, A., (2016). New era of human resource managemente Go green. In: Paper Presented at the International Conference on Emerging Technologies in Engineering, Biomedical, Medical and Science (ETEBMS), (Raj, India).

Zaid A., Ayham A., Jaaron., Talib A. (2018). The impact of green human resource management and green supply chain management practices on sustainable performance: An empirical study, *Journal of Cleaner Production* 204, 965-979

Zhu, Q., Sarkis, J., Lai, K., (2012). Green supply chain management innovation diffusion and its relationship to organizational improvement: an ecological modernization perspective. *J. Eng. Technol. Manag.* 29 (1), 168-185. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2011.09.012>.

Zhu, Q.; Sarkis, J. (2007). The moderating effects of institutional pressures on emergent Green supply chain practices and performance, *International Journal of Production Research*, Vol. 45, Nos. 18–19, 15, 4333–4355.



La Gestión Verde en los Hoteles

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br



La Gestión Verde en los Hoteles

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br