

2022

# Informe de necesidades del sector turístico para la transición a la economía circular

 **Innoecotur**



Nuestro agradecimiento  
a los participantes  
en los tres focus group,  
por compartir con nosotros  
sus avances en la transición  
a la Economía Circular en el  
sector del turismo  
en la Comunidad Valenciana.

Hotel Voramar  
Hotel del Golf  
Idear Ideas  
Hotel Las Arenas  
Grupo El Estibador  
Restaurante César Anca  
Hoteles Poseidón  
Parador y Campo Golf El Saler  
Tennant España  
Grupo DeCasa, Congelados DIL  
Marabresa  
RH Hoteles  
Restaurante Monastrell  
Turiart  
Grupo el Alto  
Pou de Beca  
Dropi  
Lavandería La Nucía

<b>REDACCIÓN DEL INFORME</b>	Blanca de Miguel Molina <i>UPV</i> María de Miguel Molina <i>UPV</i> Virginia Santamarina Campos <i>UPV</i> Marival Segarra Oña <i>UPV</i>
<b>ANÁLISIS DE CONTENIDO</b>	Blanca de Miguel Molina <i>UPV</i>
<b>DISEÑO FOCUS GROUP</b>	Virginia Santamarina Campos <i>UPV</i> María de Miguel Molina <i>UPV</i>
<b>MODERADOR</b> Universidad de Alicante	Bartolomé Marco Lajara <i>UA</i> Lorena Ruiz <i>UA</i> Esther Poveda <i>UA</i>
<b>MODERADO</b> Universitat Jaume I	Teresa Martínez Fernández <i>UJI</i> Luís Martínez Cháfer <i>UJI</i>
<b>MODERADO</b> Universitat de València	Francisco Puig <i>UV</i> Isabel Plá <i>UV</i> Guillermo Sanfélix <i>UV</i>
<b>IMAGEN Y SONIDO</b>	Ángela Carabal Montagud <i>UPV</i> Daniel Catalá Pérez <i>UPV</i>
<b>ORGANIZACIÓN</b>	Belén Silva Cárdenas <i>UPV</i> Daniel Catalá Pérez <i>UPV</i>
<b>DISEÑO Y MAQUETACIÓN</b>	Virginia Santamarina Campos <i>UPV</i>
<b>DOI</b> <b>CC BY NC SA</b>	10.5281/zenodo.6325274 Universidad Politècnica de València



<b>1</b>	<b>Introducción</b>	<b>5</b>
1.1	Objetivo del informe	5
1.2	Estructura del informe	5
<b>2</b>	<b>La economía circular</b>	<b>6</b>
2.1	El concepto de economía circular	6
2.2	Economía circular, ODS y neutralidad climática	8
2.3	La economía circular en el turismo	11
<b>3</b>	<b>Los focus group en el proyecto innoecotur</b>	<b>12</b>
3.1	El proyecto innoecotur	12
3.2	Objetivo de los focus group del proyecto	12
3.3	Diseño de los focus group para el proyecto	13
<b>4</b>	<b>Resultados de los focus group del proyecto Innoecotur</b>	<b>16</b>
4.1	Barreras a la implementación de la economía circular en el sector turístico	16
4.2	Medidas que ya han aplicado para acercarse a la economía circular	18
4.3	Incentivos a la economía circular	19
4.4	Seleccionan a los proveedores según su esfuerzo en esa transición	19
4.5	Importancia de la formación y la comunicación	20
4.6	Los residuos	20
<b>5</b>	<b>Conclusiones</b>	<b>21</b>
<b>6</b>	<b>Referencias</b>	<b>22</b>



Este informe presenta el resumen de los resultados de los focus group organizados durante los meses de octubre de 2021 a enero de 2022 para obtener las necesidades de las empresas del sector turístico respecto a su transición a la economía circular.

El informe transmite la experiencia de las personas que han participado en los focus group, por lo que puede servir como ejemplo para otras empresas del sector.

Es la primera dinámica con empresas que se organiza dentro del proyecto INNOECOTUR, **coordinado por la Universitat Politècnica de Valencia**, en el que participan:

- [La Universidad de Alicante](#)
- [La Universitat Jaume I](#)
- [La Universitat de València](#)
- [Invat.tur](#)

Con la colaboración de:

- [La Universidad de Málaga](#)
- [La Universidad de Castilla La Mancha](#)
- [La Universidad de Sevilla](#)
- [FOTUR, APEHA, VISIT BENIDORM y GRUPO INTUR.](#)

A lo largo del proyecto, se irán desarrollando otras dinámicas y se publicarán los resultados con más detalles, incluidos los que se presentan en este informe.

### 1.1. Objetivo del informe

El objetivo de este informe es presentar los principales resultados del análisis de necesidades de las empresas del sector turístico respecto a su transición a la economía circular. Las necesidades fueron obtenidas a partir de la información recopilada en tres focus group con expertos de empresas hoteleras, de restauración y proveedores de ambos.

### 1.2. Estructura del informe

Este informe se estructura en cinco apartados. El primer apartado incluye esta introducción. El segundo se centra en explicar los principales conceptos relacionados con la economía circular, mientras que en el tercero se explica el diseño de los focus group. El cuarto apartado presenta los resultados seleccionados después de analizar la información recopilada en los tres focus. Por último, el apartado cinco recoge las principales conclusiones alcanzadas.

## 2. LA ECONOMÍA CIRCULAR

En este apartado resumimos los principales conceptos sobre la Economía Circular, su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el planteamiento europeo y español para avanzar hacia la circularidad y cómo abordar la transición a la economía circular desde el sector turístico de la Comunidad Valenciana.

### 2.1. El concepto de economía circular

“La economía circular está de moda”, afirma uno de los participantes en los focus group que presentamos en el capítulo 4. En efecto, según la OCDE (2020), se pueden encontrar más de cien definiciones de la economía circular, pero con un hilo conductor entre ellas que resumen en diseñar sin generar residuos y contaminación. Frente al patrón de fabricación lineal basado en extraer-fabricar-usar-tirar (Comisión Europea, 2020), la economía circular permite a las empresas mejorar sus resultados económicos a la vez que generan impactos positivos en el medioambiente y la sociedad (Pacto Mundial de Naciones Unidas España, 2021).

La Fundación MacArthur <sup>1</sup>, una de las más destacadas organizaciones en la difusión de la economía circular, utiliza tres principios y siete “Rs” como soporte a la transición a la economía circular (Ellen MacArthur Foundation, 2021). Los tres principios en los que basan la circularidad son:

<sup>1</sup> <https://ellenmacarthurfoundation.org/>

- a) eliminar el desperdicio y la contaminación,
- b) circular los productos y materiales y
- c) regenerar la naturaleza.

Las siete “Rs” (figura 1) reflejan algunas de las opciones que se pueden utilizar para propiciar la economía circular. La Tabla 1 muestra el significado de cada una de las “Rs”.

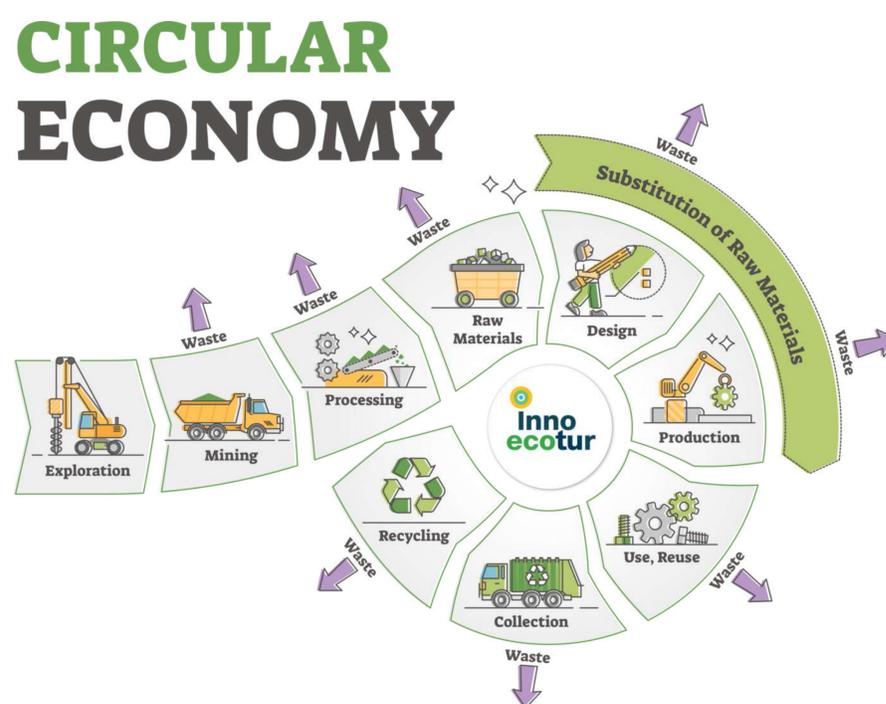


Figura 1. Las siete “Rs” de la economía circular desde las empresas.

## 2. LA ECONOMÍA CIRCULAR

Tabla 1. Las siete "Rs" de la economía circular desde las empresas

7 Rs	Significado
<b>Reducir</b>	Reducir el uso de materias primas y diseñar los productos para que sean más duraderos, reparables y reciclables
<b>Reutilizar</b>	Compartir, alquilar, leasing de productos y comprar productos de segunda mano, para incentivar su reutilización y mantenerlos en uso durante más tiempo
<b>Rediseñar</b>	Diseñar productos de tal manera que puedan ser remanufacturados
<b>Reparar/ Rehabilitar</b>	Reparar/renovar parcialmente los bienes en lugar de desecharlos. Las empresas pueden crear productos que son reparables
<b>Reacondicionar/ Reelaborar</b>	Restaurar los productos a su funcionalidad original.
<b>Devolver/ Recuperar</b>	Devolución/recuperación de productos, materiales y embalajes
<b>Reciclar</b>	Reciclar los materiales o devolverlos para que vuelvan al ciclo de producción

Fuente: Ellen MacArthur Foundation (2013), Ellen MacArthur Foundation (2021) y Capgemini Research Institute (2021)

## 2. LA ECONOMÍA CIRCULAR

### 2.2. Economía circular, ODS y neutralidad climática

La importancia de la economía circular se puede entender por su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2 (ODS) y por las Agendas 2030 3 y 2050 4 que buscan la neutralidad climática 5. La economía circular se considera la solución a problemas actuales como el aumento de los desechos y los gases de efecto invernadero (Pacto Mundial de Naciones Unidas España, 2021).

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se consideran como referencia por las empresas para definir objetivos relacionados con la responsabilidad. Estos objetivos marcan lo que hay que alcanzar según la Agenda 2030. De los 17 ODS, los siete incluidos en la Figura 2 están directamente relacionados con el medioambiente y la economía circular.

La Comisión Europea adoptó en 2020 el Nuevo Plan de Acción Para la Economía Circular (Comisión Europea, 2020), requisito previo para alcanzar el objetivo de neutralidad climática en el año 2050. En dicho plan, la Comisión pone el foco en los sectores que estima utilizan más recursos, por lo que las medidas sobre ellos generarán un impacto mayor en la

circularidad. La Tabla 2 resume los sectores sobre los que más incide el Nuevo Plan, con los objetivos para cada uno y algunos ejemplos.



**Figura 2.** ODS relacionados con sostenibilidad y economía circular: ODS6 agua limpia y saneamiento, ODS7 energía asequible y no contaminante, ODS 11 ciudades, comunidades sostenibles, ODS12 producción y consumo responsable, ODS13 acción por el clima, ODS14 vida submarina, ODS13 acción por el clima, ODS 15 vida de ecosistemas terrestres. **Fuente:** Elaboración propia a partir de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

2 <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

3 <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

4 <https://www.un.org/sg/es/content/sg/articles/2020-12-11/carbon-neutrality-2050-the-world%E2%80%99s-most-urgent-mission>

5 <https://www.un.org/en/climatechange/net-zero-coalition>

## 2. LA ECONOMÍA CIRCULAR

Tabla 2. Sectores en los que las actuaciones pueden influir más en la circularidad.

Sector	Objetivo	Ejemplos
<b>Electrónica y TIC</b>	Prolongar la vida de los productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Derecho a reparación</li> <li>- Cargador común para teléfonos móviles</li> <li>- Mejora de la recogida y tratamiento de los residuos</li> </ul>
<b>Baterías y vehículos</b>	Incrementar el potencial circular de las baterías	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar la recogida y reciclado de las baterías</li> <li>- Modelos de negocio más circulares para los vehículos</li> </ul>
<b>Envases y embalajes</b>	Que todos los envases sean reutilizables y reciclables	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducir los residuos</li> <li>- Diseño para la reutilización y reciclabilidad</li> </ul>
<b>Plásticos</b>	Luchar contra la contaminación provocada por los plásticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reciclaje y reducción de residuos</li> </ul>
<b>Productos textiles</b>	Productos textiles sostenibles y circulares	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recogida separada de residuos textiles</li> <li>- Clasificación, reutilización y reciclado de productos textiles</li> </ul>
<b>Construcción y edificios</b>	Entorno construido sostenible integral y circularidad en todo el ciclo de vida de los edificios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejoras de la durabilidad y adaptabilidad en consonancia con los principios de economía circular aplicables al diseño de edificios</li> <li>- Iniciativas para rehabilitar solares abandonados</li> </ul>
<b>Alimentos, agua, nutrientes</b>	Paliar las repercusiones negativas de la extracción y el uso de recursos en el medioambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducción del desperdicio de alimentos</li> <li>- Sustituir envases, vajillas y cubiertos de un solo uso por productos reutilizables</li> <li>- Reutilización del agua y eficiencia hídrica</li> <li>- Aplicación más sostenible de los nutrientes</li> </ul>

Fuente: Comisión Europea (2020)

## 2. LA ECONOMÍA CIRCULAR

La Estrategia de Economía Circular en España (MITECO, 2020) toma como referencia los sectores incluidos en la [Tabla 3](#), entre los que se encuentra el sector del turismo, por su importancia en la economía española.

**Tabla 3. Sectores prioritarios en la Estrategia de Economía Circular 2030 de España**

Sector	Causa	Economía circular. Ejemplos
<b>Construcción</b>	Genera el 40% de los residuos y emite el 35% de los gases de efecto invernadero.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión de los residuos, incluyendo separación y clasificación.</li> <li>- Aumento del reciclaje y reutilización.</li> </ul>
<b>Agroalimentario, pesquero y forestal</b>	Desperdicio de recursos naturales como el agua y desperdicio alimentario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducir el desperdicio alimentario.</li> <li>- Valorización de alimentos desechados y subproductos para alimentación animal.</li> </ul>
<b>Industrial</b>	La industria manufacturera genera el 11% de los residuos. Desperdicio alimentario en el canal HORECA.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso de tecnologías que favorezcan un mejor aprovechamiento de los recursos, reducir los desperdicios.</li> </ul>
<b>Bienes de consumo</b>	La vida útil de los bienes de consumo se ha reducido.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducir los residuos generados a través de la reducción de los productos de un solo uso y contrarrestar la obsolescencia prematura.</li> <li>- Reutilización de productos desechados.</li> </ul>
<b>Turismo</b>	Uso intensivo del recurso hídrico, elevada generación de residuos.	
<b>Textil y confección</b>	Entre 2%-10% del impacto ambiental del consumo. Entre los países que desecha más cantidad de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recogida separada de envases.</li> <li>- Gestión del residuo textil.</li> </ul>

Fuente: MITECO (2020)

### 2.3. La economía circular en el turismo

Los participantes en los focus group indicaron que las grandes cadenas hoteleras, como Marriott, pueden servir como referencia para obtener ideas acerca de la economía circular en el sector. Por esta razón, en la [Tabla 4](#) se han recopilado algunos ejemplos obtenidos de los informes de sostenibilidad de dos grandes cadenas como Marriott y Wyndham.

**Tabla 4.** La economía circular en los grupos hoteleros Marriott y Wyndham

Sector	Marriott	Wyndham
<b>Edificios</b>	Reutilizar tierras y edificios existentes dándoles nueva vida en vez de destruirlos para levantar otros nuevos.	
<b>Energía</b>	Generación de energía renovable en los hoteles (paneles solares).	Iluminación de bajo consumo. Generación de energía renovable en los hoteles.
<b>Agua</b>	Inodoros y duchas de flujo reducido, reutilización del agua de la lavandería, controladores de riego inteligentes.	Inodoros y duchas de flujo reducido. Reutilizar sábanas y toallas. Control de riego en los jardines.
<b>Residuos</b>	Alternativas a las botellas de agua de plástico: recarga de botellas de vidrio. Reducción de los desechos de alimentos y separación para compost. Donación de alimentos.	Minimizar el plástico de un solo uso. Reciclar materiales. Desechos de alimentos para compost.
<b>Aprovisionamiento</b>	Apoyo a los agricultores locales.	Opciones de abastecimiento sin cajas de cartón.

**Fuente:** Wyndham (2021) y Marriott (2021)

El objetivo principal que persigue el proyecto InnoEcoTur es impulsar modelos y estrategias basados en la Economía Circular en la Comunitat Valenciana.

#### 3.1. El proyecto Innoecotur

El foco del proyecto es el sector turístico, para el que plantea la creación de una Red en el área de hotelería y restauración. Por ello, los miembros de la Red analizarán, en primer lugar, este sector y el resultado será la propuesta de implementación de una “Estrategia de Economía Circular en el Sector Turístico de la Comunitat Valenciana”.

A través de este proyecto de investigación se persigue potenciar la Economía Circular en el Sector Turístico mediante la transferencia de resultados a las empresas del sector. Para ello, se están llevando a cabo diferentes actividades con agentes clave de la Comunidad Valenciana para:

- realizar un *audit* de las necesidades del sector y detectar las potencialidades de mejora en pro de la sostenibilidad, a través de la participación de los distintos *stakeholders* implicados y
- analizar los resultados para conectarlos con el sector de I+D+i, lo que permitirá el desarrollo e incorporación de tecnologías y metodologías eco-innovadoras en esos campos de mejora.

La Economía Circular abre un escenario de oportunidades empresariales clave para la

competitividad presente y futura de las empresas.

#### 3.2. Objetivo de los focus group del proyecto

El método seleccionado para obtener información sobre las necesidades de las empresas en la aplicación de la economía circular en los hoteles y restaurantes es el *focus group*. A través de esta metodología, se persigue la integración de las empresas desde el comienzo del proyecto. Es una técnica de recogida de información que busca conocer qué opinan los participantes sobre una idea (Krueger and Casey, 2015), en este caso, sobre la implementación de la economía circular en las empresas.

*El objetivo de los focus group en el proyecto es identificar retos y necesidades en relación con la transición a la economía circular de las empresas del sector turístico (hoteles y restaurantes) en el ámbito de la Comunidad Valenciana.*

Los participantes en un focus group forman un grupo pequeño de personas, en torno a seis, con un perfil concreto, que discutirán sobre un tema de interés, guiados por una persona que modera. Dichos participantes

### 3. LOS FOCUS GROUP EN EL PROYECTO INNOECOTUR

darán información valiosa sobre las principales dificultades que encuentran al aplicar la economía circular, así como sobre algunas medidas que ya han aplicado en sus empresas o que están desarrollando actualmente.

#### 3.3. Diseño de los focus group para el proyecto

El diseño de un *focus group* incluye decisiones sobre el número de participantes, su perfil, el guión de la dinámica, quién la moderará, cómo se grabará, si se hará transcripción y cómo se realizará el análisis de la información recopilada. La [Tabla 5](#) resume las principales características de los tres focus group.

**Número de focus group:** se organizaron tres focus group, con participantes diferentes en cada uno.

**Lugar:** Los focus tuvieron lugar en Alicante, Castellón y Valencia, uno en cada provincia de la Comunidad Valenciana.

- **ALICANTE.** Se realizó en la sede de la Universidad de Alicante. Profesores del Departamento de Organización de Empresas de esta universidad moderaron el primer focus group y seleccionaron a los participantes.
- **CASTELLÓN.** Se realizó en la sede de la Universitat Jaume I. Profesores del Departamento de Administración de Empresas y Marketing de esta universidad moderaron el segundo focus group y seleccionaron a los participantes.
- **VALENCIA.** Se realizó en la sede de la Universitat Politècnica de València. Profesores del Departamento de Dirección de Empresas de la Universitat de València moderaron el tercer focus group y seleccionaron a los participantes.

*Tabla 5. Diseño de los focus group*

	Focus group 1	Focus group 2	Focus group 3
<b>Lugar</b>	Alicante	Castellón	Valencia
<b>Nº de participantes (expertos)</b>	6	6	6
<b>Edad de los participantes</b>	30-50 años	30-50 años	30-50 años
<b>Sectores de los participantes</b>			
Hotelero	2	2	2
Restauración	2	2	2
Proveedor de hoteles	1	1	1
Proveedor de restaurantes	1	1	1

### 3. LOS FOCUS GROUP EN EL PROYECTO INNOECOTUR

**Número de participantes:** el número de participantes en cada focus se estableció en seis personas, con un límite de tiempo estimado no superior a una hora y media para cada focus.

**Perfil de los participantes:** La selección de los participantes es crucial para recopilar información de valor que permita alcanzar el objetivo de los focus group. En la primera etapa del proyecto se necesitaba que los participantes fueran expertos en el sector del turismo, para asegurar que tienen experiencia en la transición a la economía circular. Por ello, se consideró que el perfil sería de ejecutivos de alto nivel en sus empresas, con capacidad para la toma de decisiones sobre la transición de sus empresas a la economía circular. Se incluyeron participantes procedentes de actividades distintas, combinando perfiles procedentes de hoteles, restaurantes, proveedores de hoteles y de restaurantes. También se tuvo en cuenta que el rango de edad de los participantes asegurara un uso habitual de las nuevas tecnologías.

**Empresas que representan los participantes:** en esta primera dinámica del proyecto (los tres focus) se han seleccionado empresas que no sean pequeñas, para asegurar que tienen experiencia en la transición a la economía circular. En el caso de los hoteles, se consideró que debían tener un mínimo de cuatro estrellas, mientras que en el caso de los restaurantes se estipuló la necesidad de un reconocimiento contrastable, como estar incluidos en algún ranking o haber recibido algún premio de gastronomía. En dinámicas posteriores, se extenderá el perfil de las empresas para incluir otras de menor tamaño.

**Las sesiones:** los elementos principales son los participantes, el moderador y la guía elaborada para conducir la dinámica. Dado que los participantes y moderadores cambiarán en las tres sesiones, contar con una guía para la dinámica es crucial, ya que facilitará el análisis posterior de las transcripciones. Para los tres focus, la UPV elaboró una guía con los temas o aspectos temáticos y la explicación de los diferentes pasos a seguir al moderar las dinámicas. Del registro audiovisual se encargó la UPV, mientras que las demás universidades (UA, UJI y UV) realizaron las transcripciones de los focus que habían moderado y seleccionado a los participantes. Además, la UPV preparó el documento de consentimiento informado, que firmaron los participantes, con el objeto de poder trabajar con el material generado durante el transcurso de las sesiones de trabajo y utilizar dicho material en las actividades vinculadas al proyecto. Estas autorizaciones de los participantes son conformes con la legislación sobre Protección de Datos.



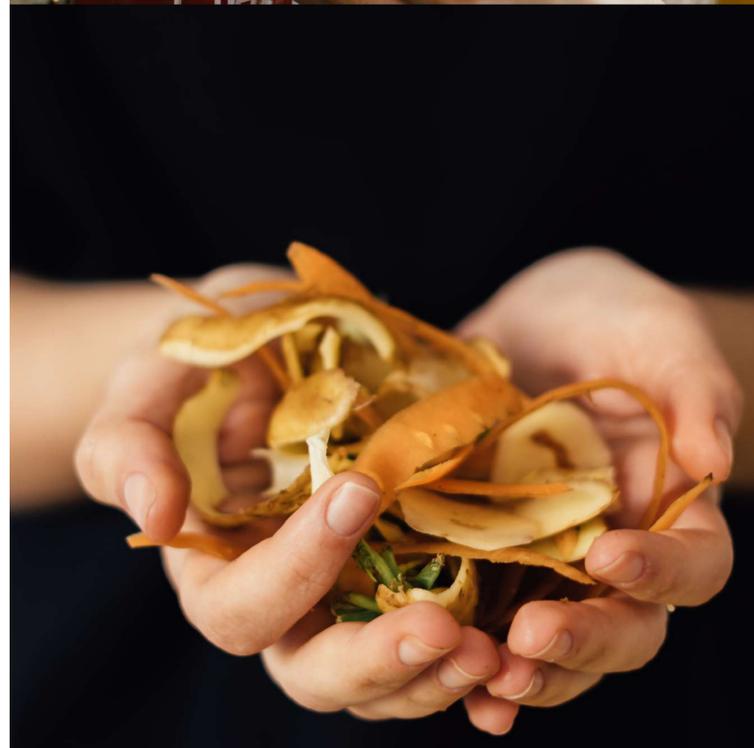
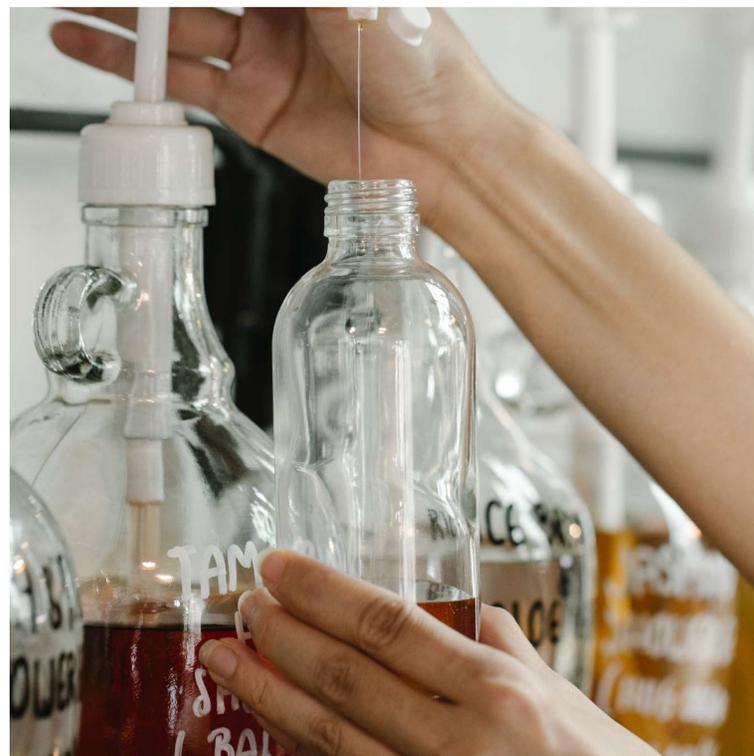
### 3. LOS FOCUS GROUP EN EL PROYECTO INNOECOTUR

**Guía de temas o aspectos temáticos de la dinámica:** La UPV elaboró la guía que sirvió de orientación en las conversaciones, considerando como temas de interés a preguntar a los participantes los siguientes:

1. **BARRERAS** y **SOPORTE** en la transición a la economía circular.
2. **PRÁCTICAS** en economía circular y simbiosis industrial.
3. **HERRAMIENTAS DIGITALES** para medir la circularidad de una empresa.
4. **RESULTADOS** eco innovadores.
5. **INICIATIVAS DE CAMBIO** en el cuidado del medioambiente.
6. **USUARIOS** sensibilización para conocer y valorar iniciativas.

Aunque el guión no tiene un orden secuencial determinado, sirve de soporte al moderador para controlar la sesión, adaptando el orden de los temas a la dinámica marcada por los participantes en cada focus group.

**Análisis de contenido de las transcripciones:** el análisis de la información procedente de las transcripciones se realiza, por la UPV, con el software de análisis cualitativo QDAMiner 5. Las opiniones de los participantes sobre cada uno de los seis temas indicados en el guión pautado se van asignando a códigos, que se agrupan por temas afines, que pueden superar los seis marcados en la guía.



## 4. RESULTADOS DE LOS FOCUS GROUP DEL PROYECTO INNOECOTUR

En este apartado incluimos el resumen de las ideas más importantes que se han extraído de los tres focus group.

En ellos, los participantes expusieron las principales barreras que encuentran para aplicar el enfoque de la economía circular, así como algunas prácticas que ellos aplican en sus empresas y que pueden servir de ejemplo a otros hoteles, restaurantes y proveedores de ambos. Estos últimos incluyeron a proveedores de servicios de lavandería, de productos de plástico, alimentos congelados, servicios de higiene institucional, servicios de marketing y comunicación y servicios de turismo.

### 4.1. Barreras a la implementación de la economía circular en el sector turístico

El primer tema que se planteó a los participantes fue sobre las barreras que encuentran a la implementación de la economía circular en sus empresas. Las barreras se han agrupado en seis temas principales, indicados en la [Figura 3](#).

Las **barreras económicas** agrupan las opiniones sobre el coste de implementar medidas que ayuden a transitar hacia la economía circular. Las empresas indican que las inversiones necesarias suponen, en ocasiones, unos costes tan elevados que hacen difícil su aprobación. Los códigos para estas barreras incluyen ejemplos como los siguientes:

- **20G\_** Implica una serie de cosas que incluso cuando quieres ir más allá no puedes realizarlas porque el coste de esa mejora no te lo puedes permitir.
- **20H\_** Tenemos una flota con una serie de vehículos, hemos hecho estudios para cambiarlos por eléctricos o de gas, pero los planes de repostaje, autonomía e infraestructuras te limitan muchísimo.
- **20I\_** Buscar una especie de circuito de retornables, en el que hay que volver a por los envases vacíos, supone un coste por el que puedes ser penalizado si tu precio es más alto.

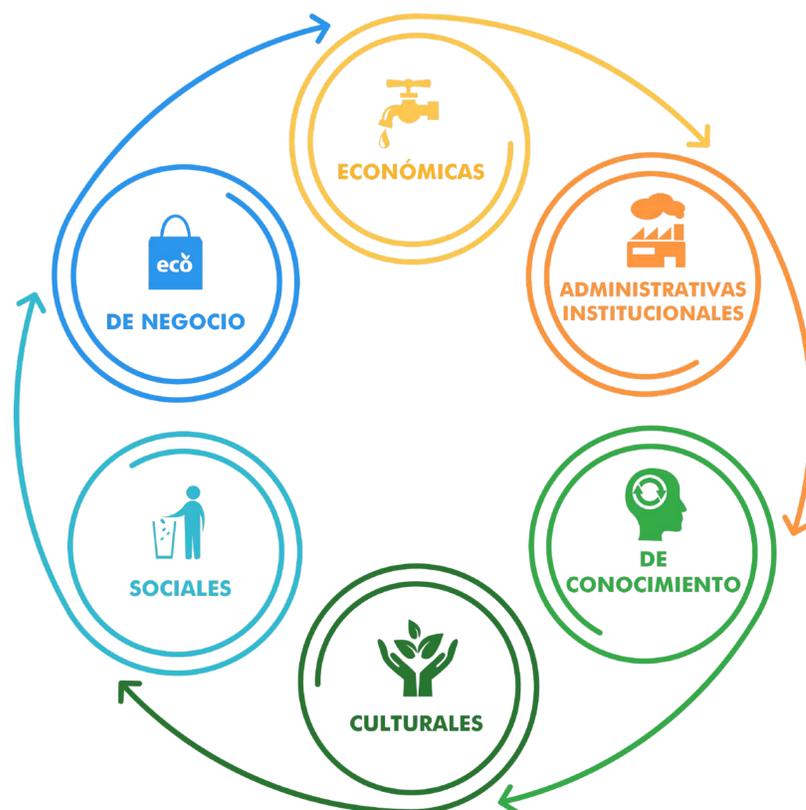


Figura 3. Barreras a la implementación de la economía circular

## 4. RESULTADOS DE LOS FOCUS GROUP DEL PROYECTO INNOECOTUR

Las **barreras de negocio** se refieren a que los costes mayores por implementar mejoras en la circularidad se traducen en desventajas respecto a los competidores que no las aplican. Entre los códigos definidos, el siguiente sería un ejemplo de las preocupaciones expresadas por los participantes en los focus group:

- **20S\_** Existe una competencia desleal en el sector de las empresas que no cumplen el mínimo legal, pero nosotros estamos en lo siguiente, la sostenibilidad, y los márgenes se nos reducen una barbaridad.

Las **barreras de conocimiento** se refieren a la falta de conocimiento sobre qué es la economía circular. Esta barrera se encuentra tanto en las empresas como en la Administración Pública, los proveedores y los clientes. En ocasiones, quienes transmiten la información no la expresan en el idioma que pueda comprender su interlocutor, quien espera que le adviertan sobre los euros que puede ahorrar si incorpora una medida concreta. Ejemplos de los códigos definidos en este tipo de barreras son:

- **20D\_** Hay mucho desconocimiento sobre la economía circular, nadie sabe realmente de qué estamos hablando.
- **20F\_** A veces tienes que luchar contra los elementos del que no entiende, del que no lo comprende o que no deja de verlo como un coste extra.

Las **barreras culturales** reflejan las situaciones que hacen difícil el cambio de perspectiva, por lo que requerirán de tiempo para aceptar la transición a la economía circular. Por ejemplo, las empresas que no están dispuestas a cambiar su manera de

trabajar y los clientes que no evolucionan hacia productos más circulares. Entre los códigos definidos para estas barreras se pueden incluir los siguientes:

- **20T\_** Barrera cultural de aversión al riesgo. Trabajar de una manera distinta a como estamos acostumbrados cuesta.
- **20Q\_** Si el cliente no evoluciona hacia decantarse por productos más sostenibles.

Las **barreras sociales** son las que dificultan la integración de grupos de población que están más sensibilizados con los temas de sostenibilidad. En este caso se destaca un código

- **20G\_** Tener a la mujer en cuenta a la hora del trabajo, con igualdad de condiciones e igualdad de oportunidades, que están muy sensibilizadas con el tema de sostenibilidad.

Las **barreras institucionales y administrativas** hacen referencia a los límites que encuentran las empresas en las normas de la Administración que no les permiten avanzar en la transición a la economía circular. Entre los ejemplos proporcionados por los participantes está la barrera a aplicar soluciones que eviten el desperdicio de comida:

- **20K\_** Quieren introducir en hoteles de Benidorm el tema del *Too Good To Go*, pero tenemos muchísimos problemas con Sanidad y no podemos venderlo a los clientes.
- **20P\_** Los requisitos para las ayudas hacen más rentable no pedir una subvención.

## 4. RESULTADOS DE LOS FOCUS GROUP DEL PROYECTO INNOECOTUR

### 4.2. Medidas que ya han aplicado para acercarse a la economía circular

A pesar de las barreras que los participantes en los focus group han señalado, en este apartado mostramos que sus empresas ya están aplicando medidas para su transición hacia la economía circular. Los códigos mostrados en la [Tabla 6](#), obtenidos a través del análisis de la información que ofrecieron los participantes, se han organizado en base a las 7 "Rs" mencionadas en la Tabla 1.

Es importante destacar que las empresas que participaron en los focus group toman como guía los Objetivos de Desarrollo Sostenible para marcar por dónde ir. Esta referencia que hacen las empresas es

importante porque la Unión Europea considera que la economía circular es necesaria para alcanzar las Agendas de 2030 y 2050. Por tanto, que las empresas tengan como guía de su día a día los ODS, facilitará que estén abiertas hacia la economía circular.

Los ejemplos de códigos en la [Tabla 6](#) se han agrupado según las empresas busquen medir el impacto en el medioambiente para, después, tratar de reducir dicho impacto. El cálculo de la huella de carbono se encuentra entre las alternativas que han utilizado algunas empresas, así como la obtención de sellos y certificados que acrediten que son sostenibles. Entre las actuaciones que utilizan para reducir el impacto negativo de sus actividades en el

**Tabla 6.** Ejemplos de aplicación de la economía circular en sus empresas

Actividad	Código
Medir para reducir	<ul style="list-style-type: none"> <li>21A_Auditoría de huella de carbono y seguir la metodología de huella de carbono</li> <li>21Z_Estudio para hacer más eficientes las rutas de los camiones, para que consuman mucho menos combustible</li> </ul>
Reducir	<ul style="list-style-type: none"> <li>21G_El cambio de toallas en el hotel, avisando al cliente para que no pida que la cambien</li> <li>21O_Placas solares</li> <li>21W_Cambiar todos los envases de un solo uso</li> </ul>
Reducir potenciando los productos locales	<ul style="list-style-type: none"> <li>21R_Producto de proximidad y ecológico</li> </ul>
Reducir + Devolver	<ul style="list-style-type: none"> <li>21J_Minimizar tus vertidos o hacer tratamiento de vertidos que verdaderamente sean con la normativa que se nos marca</li> </ul>
Reducir + Recuperar + Reutilizar	<ul style="list-style-type: none"> <li>21ZI_El agua de las cisternas y duchas las tratamos en nuestra depuradora. El cien por cien de nuestras aguas se depuran y es con las que regamos junto con las fluviales el campo de golf</li> </ul>
Reparar/ Rehabilitar	<ul style="list-style-type: none"> <li>21C_Rehabilitar un edificio en vez de construir uno nuevo</li> </ul>

## 4. RESULTADOS DE LOS FOCUS GROUP DEL PROYECTO INNOECOTUR

medioambiente, las empresas intentan reducir el consumo de recursos naturales como el agua, sustituyen fuentes de energía por otras renovables y limitan los desechos que genera. Otras medidas de reducción están relacionadas con el km0, que reduce el transporte de los productos y favorece los productos de temporada, apoyando los productos locales.

Otros grupos de códigos se han definido para mostrar medidas que van más allá de reducir y que engloban otras "Rs" de la economía circular citadas en la Tabla 1. Es importante tener en cuenta que lo que para una empresa puede ser rediseño, para otra puede ser recuperar y reutilizar. Por ejemplo, para la empresa que desarrolla tecnología para los hoteles y rediseña un sistema que permite recuperar el agua que se perdería, la "R" que le identifica sería la de rediseñar. Sin embargo, para el hotel serían las "Rs" de recuperar y reutilizar. Trabajando juntos el proveedor de tecnología y el hotel, pueden englobar más "Rs" de la economía circular.

### 4.3. Incentivos a la economía circular

Entre los comentarios de los participantes, algunos hacen referencia a los incentivos a la economía circular. Unos comentarios indican que no hay tales incentivos, mientras otros dicen lo contrario:

- **23A\_** Faltan incentivos que premien a quien lo hace bien.
- **23E\_** Sí que hay muchas líneas de incentivos y muchas líneas de subvenciones de aspectos medioambientales.

También hay comentarios sobre qué esperan de tales incentivos, que premien y no penalicen:

- **23B\_** Que no penalicen por tratar de ser más consecuente con las creencias y la Responsabilidad Social Corporativa.

Por último, hay comentarios que inciden en la falta de información sobre tales incentivos:

- **23L\_** Comunicar por parte de la Administración Pública las ayudas a las empresas porque la información no llega.

### 4.4. Seleccionan a los proveedores según su esfuerzo en esa transición a la economía circular

En este grupo de códigos se incluyen las opiniones que afirman que sí hay una selección de proveedores, basada en si hacen esfuerzos por la circularidad. Además, se añade alguna opinión sobre la reacción de los proveedores cuando se les plantean requisitos.

- **25A\_** La certificación nos lo exige.
- **25F\_** Estamos en la "Ruta de Sabor" y seleccionamos proveedores de la provincia, premiando el KMO.
- **25E\_** Echo en falta una red de proveedores, una asociación o agrupación de proveedores para no pasarte el día recibiendo genero de unos y otros, que es mucho tiempo el que tienes que invertir.
- **25B\_** Algunos proveedores cuando se les exige una certificación te dicen ahí te quedas.

### 4.5. Importancia de la formación y la comunicación

La formación y la comunicación fueron citadas por los participantes como necesarias para incentivar la transición a la economía circular. La formación la consideran necesaria para las empresas pequeñas, los trabajadores y los clientes. La comunicación la perciben como crucial para extender el mensaje de qué es la economía circular y su importancia, pero también indican que seleccionar los canales adecuados en la comunicación ayudará en la transición hacia la economía circular.

- **29D\_** Formación a toda la plantilla, no sólo al departamento de servicios técnicos, en cuestiones de ahorro energético.
- **29G\_** A los clientes también hay que educarles, explicándoles por qué hacemos las cosas.
- **29E\_** Hay que encontrar los canales de divulgación adecuados para que llegue a todo el mundo. Llegar no solo al que ya lo hace sino al pequeño empresario que tiene su restaurante, hostel e igual no le llega la información.
- **29M\_** Lo fundamental es informar a los componentes del círculo lo que es la economía circular y cómo hacerla funcionar. Es fundamental. No estas concienciado, ni sabes de lo que estás hablando ni eres consciente sino informas al círculo.

### 4.6. Los residuos

La generación de residuos es un problema que la economía circular trata de reducir. Los códigos creados en el análisis hacen referencia a qué hacen las empresas para reducir los residuos y las limitaciones que

encuentran para ello o los costes debidos a residuos de sus proveedores. Entre las opiniones que exponen está la ausencia de controlar correctamente en qué empresas de la cadena de valor se crean realmente esos residuos:

- **31D\_** He conseguido tener mis propias cajas para que los proveedores me hagan el transvase sin dejar las suyas.
- **31G\_** Casi todos tratamos de tener nuestros contenedores diferenciados, separar vidrio, separar plástico, separar cartón, basura orgánica, la recogida de aceites.
- **31B\_** Segregar y reciclar en nuestro hotel nos cuesta dinero. Llamo a una empresa para que se lleven mi cartón y me está cobrando un pastizal.
- **31A\_** Obligan a utilizar plástico que sea de compostable, cuando el plástico compostable a medio y largo plazo es mucho más contaminante.
- **31C\_** Yo analizo de dónde vienen todos mis residuos y os puedo decir que yo creo que el ochenta por ciento viene de mis proveedores. Pero el ayuntamiento no va al origen para controlar quién gasta más para los incentivos. Me parece totalmente injusto.



Este informe ha recogido los principales resultados del análisis de los focus group en los que participaron expertos del sector del turismo de la Comunidad Valenciana con experiencia en la aplicación de medidas de economía circular en sus empresas.

En total, **18 expertos de las tres provincias** de la Comunidad Valenciana compartieron sus conocimientos sobre las principales barreras en la transición a la economía circular, las medidas que ya han aplicado en sus empresas, la selección de los proveedores y la importancia de la comunicación y la formación.

Como introducción a estos resultados, se ha ofrecido un resumen de algunos conceptos importantes relacionados con la economía circular, que ayudan a entender la definición de códigos posterior y la agrupación por temas. Este estudio se realizó a través del análisis de contenido apoyado en el software QDAMiner 5.

Las **principales conclusiones** alcanzadas son tres:

---

1

*La 1ª está relacionada con las dificultades que encuentran las empresas en su transición a la economía circular, teniendo en cuenta que un importante número de empresas del sector son pequeñas y la **transición requiere de recursos financieros y de gestión.***

2

*La 2ª, las empresas **no perciben un apoyo real desde la Administración**, sino que se sienten penalizadas en relación a quienes no aplican medidas que reduzcan su impacto en el medioambiente y respecto a proveedores en la cadena de valor que les transfieren sus propios residuos.*

3

*La 3ª, la falta de cultura en economía circular indica la necesidad de **formación a todos los niveles**, para que la transición sea compartida por todos.*



## Referencias

---

- Capgemini Research Institute. (2021). *Circular Economy for a sustainable future. How organizations can empower consumers and transition to a circular economy*. Paris: Capgemini. Retrieved 26, 2022, from [https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2021/12/Circular-Economy\\_22122021\\_v12\\_web.pdf](https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2021/12/Circular-Economy_22122021_v12_web.pdf)
- Comisión Europea. (2020). *Nuevo Plan de acción para la economía circular por una Europa más limpia y más competitiva*. Bruselas: Comisión Europea. Recuperado el 6 de 2 de 2022, de [https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9903b325-6388-11ea-b735-01aa75ed71a1.0018.02/DOC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9903b325-6388-11ea-b735-01aa75ed71a1.0018.02/DOC_1&format=PDF)
- Ellen MacArthur Foundation. (2013). *Towards the Circular Economy*. San Francisco: Ellen MacArthur Foundation. Retrieved 26, 2022, from <https://emf.thirdlight.com/link/x8ay372a3r11-k6775n/@/preview/1?o>
- Ellen MacArthur Foundation. (2021). *CIRCULYTICS. Definiciones*. San Francisco: MacArthur Foundation. Retrieved from <https://ellenmacarthurfoundation.org/resources/circulytics/overview>
- Marriott International. (2021). *2021 SERVE 360 Report*. Bethesda, MD: Marriott International. Retrieved 22, 2022, from [http://serve360.marriott.com/wp-content/uploads/2021/09/2021\\_Serve\\_360\\_Report.pdf](http://serve360.marriott.com/wp-content/uploads/2021/09/2021_Serve_360_Report.pdf)
- MITECO. (2020). *España Circular 2030. Estrategia Española de Economía Circular*. Madrid: MITECO, Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. Recuperado el 22 de 2 de 2022, de [https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/espanacircular2030\\_def1\\_tcm30-509532\\_mod\\_tcm30-509532.pdf](https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/espanacircular2030_def1_tcm30-509532_mod_tcm30-509532.pdf)
- OCDE. (2020). *The Circular Economy in Cities and Regions: Synthesis Report*. Paris: OECD Publishing. doi:<https://doi.org/10.1787/10ac6ae4-en>
- Pacto Mundial de Naciones Unidas España. (2021). *Modelos de negocio basados en la economía circular: cómo pueden las empresas pasar de la linealidad a la circularidad*. Madrid: Pacto Mundial de Naciones Unidas España. Recuperado el 6 de 2 de 2022, de <https://www.pactomundial.org/biblioteca/whitepaper-economia-circular/>
- Wyndham. (2021). *2021 ESG Report*. Parsippany, NJ: Wyndham Hotels & Resorts, Inc. . Recuperado el 22 de 2 de 2022, de <https://corporate.wyndhamhotels.com/wp-content/uploads/2021/04/2021-WH-ESG-Report.pdf>



©2022 Universitat Politècnica de València

**Contacto:**

[innoecotur@upv.es](mailto:innoecotur@upv.es)

<https://innoecotur.webs.upv.es/>

[@innoecotur](#)