



La sostenibilidad, en su triple enfoque -medioambiental, social y económico-, ya no es una opción. Los hoteles debemos interiorizar ese compromiso para dar también respuesta a una creciente demanda del mercado, además de fidelizar a un viajero cada vez más concienciado y exigente en la materia.

Conocíamos la situación en 2022 del Hotel Casa Lorenzo en materia, y para empezar a recorrer el camino hacia la sostenibilidad el primer paso fue identificar uso del agua y electricidad, cálculo de la huella de carbono o documentar las prácticas en Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Una vez identificada la situación fue momento de pasar a la acción, construyendo una estrategia, unos objetivos y un plan de acción que definí consensuadamente con The Good Concierge, la empresa certificadora. Diseñamos puntos de mejora, definimos objetivos claros a alcanzar y establecimos iniciativas para poder pasar del dicho al hecho. En esta fase del proceso también fue importante poner en marcha un plan de formación interna para que los empleados conozcan los objetivos e importancia de la estrategia de sostenibilidad.

Es importante marcar plazos de implementación y comprobar, uno a uno, que los hitos y acciones definidos en el plan de acción se lleven a cabo. A medida que avanzamos en la aplicación de la hoja de ruta también se identificaron nuevas áreas de mejora y oportunidad que podrán incorporarse a la estrategia y al plan.

Comunicar a los empleados, clientes y el mercado en general, ha ayudado a posicionar el hotel como una organización sostenible y responsable. El equipo de un establecimiento es su cara visible, por lo que es importante que conozca el valor de las acciones que se están llevando a cabo.

Unos empleados comprometidos son el mejor embajador de la marca y de la estrategia de sostenibilidad

En mi opinión hay que hacer que la sostenibilidad sea parte del ADN del hotel. El plan de acción en sostenibilidad es un trabajo constante que debe integrarse en la estrategia, cultura y valores de la organización, de manera que la sostenibilidad forme parte del día a día del hotel y de los empleados. Refiriéndome especialmente al caso del turismo, aunque no se diferencia de otros sectores productivos, si creemos en un futuro, si somos capaces de visualizarlo y si además estamos convencidos que la herencia que dejemos depende mucho de lo que hagamos en el presente, entonces sería muy fácil comprender la necesidad de pensar que el turismo debe ser sostenible y asumirlo como una necesidad no negociable tanto por parte del sector público, como privado, por empresas así como por destinos turísticos.

Probablemente uno de los malentendidos extendidos en el turismo, es la repetitiva confusión de poner la sostenibilidad como el objetivo a conseguir y debería ser ésta una herramienta de gran valor para conseguir el éxito en el turismo, ya sea como destino o como empresa turística.

Si somos capaces de medir el éxito en función de los resultados a medio y largo plazo, entenderemos que ser sostenibles nos ayudará mucho a conseguirlo. Es decir, sin aplicar el criterio de sostenibilidad no sería posible alcanzar ese éxito.

La cuestión también está en el error de promocionar y comercializar productos turísticos sostenibles en vez de los valores que conlleva como respuesta a las necesidades, motivaciones y expectativas de la demanda objetivo.

Quizás dentro de unas décadas no se entenderá que puedan existir destinos y empresas turísticas exitosas no sostenibles.

Luis Fernández García  
Director de Hotel Casa Lorenzo