



Skål Internacional anima a la industria de la hospitalidad a valorar el factor social además de las ganancias

La industria de la hospitalidad es sin lugar a dudas la más antigua del sector de viajes y turismo. Se originó hace más de 2.000 años con los campamentos establecidos a lo largo de las rutas de caravanas en Oriente Medio y Asia. Creció drásticamente con la introducción de los carruajes tirados por caballos, seguidos del ferrocarril, el automóvil y finalmente el transporte aéreo.

En términos básicos, la industria no ha cambiado desde sus inicios donde su objetivo era proporcionar a los viajeros la seguridad y el confort deseado. Lo que ha cambiado y seguirá cambiando es la dinámica de los viajeros y la percepción hacia la seguridad y el confort.

La industria está orientada al cliente y todas las decisiones con respecto a la selección de destinos, la financiación, el desarrollo, la gestión y la marca deben estar basadas en las necesidades y deseos variables del cliente, dado que están constantemente cambiando.

¿Qué debe hacer el sector de la hospitalidad para asegurar que puede proporcionar la seguridad y el confort de sus huéspedes y al mismo tiempo respetar los derechos humanos de sus empleados, garantizar la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente y ejercer una fuerte responsabilidad social?

Skål Internacional, cuyos 18.000 miembros, entre ellos numerosos altos directivos del sector de la hospitalidad, constituyen la organización más grande del mundo que engloba a todos los sectores de viajes y turismo, hace un llamamiento a la industria para garantizar que, en su objetivo de ganar y retener clientes mediante la oferta de mejores condiciones de confort y de seguridad, también cumple con las responsabilidades sociales, medioambientales y humanas acorde con los tiempos que corren.

Mok Singh, Presidente Mundial de Skål Internacional: "Mientras nadie cuestiona el derecho de una compañía de aumentar sus beneficios e ingresos, creemos firmemente que dicho crecimiento debe conllevar una responsabilidad social y

humana. Si los sueldos de los empleados se sitúan en el salario mínimo o incluso por debajo y no tienen protección de los derechos humanos, no beneficia a la industria".

Nos agrada constatar que la industria parece estar poniendo mayor énfasis en el aspecto ecológico, no obstante, también se debería promover el bienestar de los empleados y de la comunidad circundante.

Tenemos que mostrar a los interesados, entre ellos los clientes, que los empleados de una compañía están muy valorados en términos de una remuneración justa por el trabajo que realizan, así como las comunidades en las que viven.

El cliente actual es cada vez más consciente de ello, especialmente en los complejos vacacionales que emplean a las comunidades locales. Muchos están empezando a cuestionar qué se está haciendo para beneficiar a las comunidades. Aquellas compañías que las incluyen en sus planes operacionales y presupuestos atraerán sin duda a los clientes, quienes estarán dispuestos a invertir su dinero. Al igual que la calidad, las acciones humanitarias pueden resultar en un mayor rendimiento.

La industria sigue demostrando que está actuando de manera responsable en el ámbito medioambiental y sostenible. No obstante, no basta con pedir a los huéspedes que ahorren agua o preguntarles si desean que se les cambien las sábanas a diario o semanalmente y pretender que se les etiquete de "ecológicos". Las compañías deben realizar una auditoría completa de sus políticas y prácticas para identificar las áreas que deben mejorar para operar de la forma más respetuosa posible con el medio ambiente. Algunas empresas de índole mundial como Diversey y Green Globe trabajan para auditar las prácticas sostenibles en la industria, desde el diseño y la estructura del edificio hasta la utilización de productos de limpieza ambientalmente seguros.

La conclusión es que estas acciones también pueden derivar en un ligero incremento de las ganancias mediante la reducción de costes de energía y una menor huella de carbono.

A raíz de la proclamación de las Naciones Unidas del 2002 como Año del Ecoturismo y las Montañas, Skål Internacional lanzó los Premios Ecoturismo ese mismo año, para resaltar y dar a conocer las mejores prácticas en todo el mundo.

Este programa busca premiar a la conservación del medio ambiente en la industria del turismo además de concienciar al mundo sobre esta necesidad, para acentuar la importancia de la interacción de los entornos físicos, culturales y sociales, la responsabilidad del viajero y la necesidad de una participación activa de la comunidad en el ecoturismo.

Mok Singh: "Skål invita a los interesados de la industria de la hospitalidad a participar en este programa de premios para demostrar, no sólo a la industria sino al mundo en general, que se preocupan realmente por el medio ambiente."

"También me gustaría ver algún día el lanzamiento del primer hotel o complejo hotelero "orgánico". Imaginen una propiedad construida con materiales naturales y reutilizables o incluso mejor, con materiales reciclados, que se integre en su entorno natural con la menor huella visual y de carbono posible. Una propiedad que permita a sus empleados y a la comunidad poder residir en ella, comprar productos y servicios dentro de la propia comunidad y, de no estar disponibles, proporcionar ayuda a la comunidad para desarrollar los sistemas y la infraestructura necesarios para suministrarlos. Esta definición sería un buen patrón a seguir para el futuro y un objetivo al cual considero firmemente se debería aspirar."