



Accede antes a información responsable en Google: añade Corresponsables como fuente preferente Leyendo: “La sostenibilidad es nuestra estrategia corporativa y así se refleja en todas nuestras operaciones» [Compartir](#)



Esta entrevista a Elena Martín Cuesta, Directora de Sostenibilidad y Excelencia de ILUNION Hotels, forma parte del Dossier Corresponsables - B Corp: Empresas con propósito Desde que sois una empresa B Corp, ¿qué cambios concretos habéis introducido para integrar formalmente el propósito en la gobernanza y en la toma de decisiones del día a día?

Convertirse en B Corp ha sido, más que un punto de llegada, uno de no retorno. Nos obligó a revisar cómo se toman las decisiones, quién participa, qué criterios pesan y cómo se rinden cuentas.

Contenidos

Desde que sois una empresa B Corp, ¿qué cambios concretos habéis introducido para integrar formalmente el propósito en la gobernanza y en la toma de decisiones del día a día?

En un contexto de crisis climática, complejidad regulatoria e incertidumbre económica, ¿de qué manera os ayuda el enfoque B Corp a construir resiliencia frente a riesgos sistémicos?

Los nuevos estándares de B Lab incorporan requisitos más exigentes en acción climática, derechos humanos, circularidad y trabajo justo. ¿Qué áreas representarán un mayor desafío?

¿Cómo gestionáis el equilibrio entre comunicar avances y reconocer limitaciones para mantener una comunicación rigurosa y creíble?

¿Qué cambios culturales y operativos ha conllevado convertirse en empresa B Corp, y cómo estáis usando esos aprendizajes para influir en vuestra cadena de valor?



En la práctica, hemos integrado plenamente las métricas de impacto social y ambiental en los cuadros de mando que llegan a la dirección junto con los datos financieros. La sostenibilidad es nuestra estrategia corporativa y así se refleja en todas nuestras operaciones. También hemos reforzado los mecanismos de escucha de grupos de interés (nuestras personas, clientes, partners y aliados, nuestro accionista único —Fundación ONCE— y la sociedad) y lo que recogemos influye de forma real en las prioridades estratégicas.

En cuanto a las personas, con cerca del 65 % de la plantilla formada por personas con discapacidad o en situación de vulnerabilidad, lo que confirma que la inclusión es la forma en que funciona el negocio. B Corp nos ha dado el marco para articular algo que ya existía, pero que necesitaba ser medido, verificado y comunicado con rigor.

En un contexto de crisis climática, complejidad regulatoria e incertidumbre económica, ¿de qué manera os ayuda el enfoque B Corp a construir resiliencia frente a riesgos sistémicos?

Nos ayuda, sobre todo, a anticipar. Las empresas que llevan tiempo midiendo su impacto, ya sea en relación con el buen gobierno, el medio ambiente o las personas, tienen una ventaja cuando llegan nuevas exigencias regulatorias: no empiezan desde cero.

En nuestro caso, certificaciones como BREEAM, EFQM o la propia B Corp nos han entrenado en una cultura de evaluación y mejora continua. Cuando llega una nueva normativa o una presión del mercado, desde la organización sabemos cómo reaccionar, porque tenemos los procesos y los datos.

Además, pertenecer a la comunidad B nos conecta con otras organizaciones que se enfrentan a los mismos retos. Eso tiene un valor real porque al compartir propósito, no navegas solo.

Los nuevos estándares de B Lab incorporan requisitos más exigentes en acción climática, derechos humanos, circularidad y trabajo justo. ¿Qué áreas representarán un mayor desafío?

Ser honestos tiene valor. El mayor desafío para nosotros, y creo que, para buena parte del sector hotelero, está en la cadena de suministro. Podemos controlar lo que ocurre dentro de nuestros hoteles, pero garantizar que los estándares laborales y ambientales se cumplen a lo largo de toda la cadena, así como la trazabilidad del producto, exige un esfuerzo sostenido, datos fiables y relaciones más profundas con proveedores.

Así mismo, la acción climática también representa un reto importante para nosotros. Contamos con avances concretos en eficiencia energética y en certificaciones de edificios, pero la descarbonización total del sector requiere inversiones, tecnología y, en muchos casos, soluciones que aún están en desarrollo.

Lo que sí tenemos a favor es que ILUNION Hotels lleva años integrando la sostenibilidad como parte del modelo de negocio; un modelo basado en la diversidad y la inclusión de todas las personas, sin dejar a nadie atrás. Somos conscientes de que eso no resuelve todo, claro está, pero es una base sólida desde la que afrontar los nuevos estándares.

¿Cómo gestionáis el equilibrio entre comunicar avances y reconocer limitaciones para mantener una comunicación rigurosa y creíble?



Con una regla muy sencilla: no comunicar lo que no podemos demostrar. Tenemos certificaciones externas precisamente para eso. EFQM, B Corp, BREEAM, Q Sostenible... todas ellas son el resultado de procesos de evaluación o verificación independiente, que nos obligan a mostrar evidencias, no intenciones. Pero más allá de las certificaciones, pensamos que la credibilidad se construye también reconociendo que hay cosas que todavía no hemos resuelto. Un informe de sostenibilidad que solo muestra logros puede generar desconfianza. Nosotros preferimos explicar nuestro desempeño frente a los objetivos marcados, qué sigue siendo un reto y qué vamos a hacer al respecto.

¿Qué cambios culturales y operativos ha conllevado convertirse en empresa B Corp, y cómo estáis usando esos aprendizajes para influir en vuestra cadena de valor?

El cambio más profundo ha sido interno. Hemos hecho que toda la organización entienda que el propósito no es responsabilidad de un departamento; todos formamos parte del mismo modelo. Además, compartimos el fin último de ser mejores para el mundo con otras compañías que buscan lo mismo que nosotros. Todo esto lleva tiempo, y pasa por formación a nuestras personas, por despliegue a la red, por conversaciones con otros departamentos y por revisar procesos que funcionaban bien en términos económicos pero que necesitaban una revisión más global en cuanto al impacto.

Con la cadena de valor, tanto aguas arriba como aguas abajo, la influencia funciona mejor cuando es una relación basada en la confianza. Trabajamos con proveedores que comparten nuestros valores, y cuando no los comparten del todo, intentamos acompañarlos en el proceso. Asimismo, tratamos de concienciar y sensibilizar a nuestros clientes desde nuestros hoteles, como lugares donde se explica la sostenibilidad con distintas iniciativas.

Esta entrevista forma parte del Dossier Corresponsables – B Corp: Empresas con propósito