



> 6 de octubre de 2026 a las 0:00



César Pérez
Responsable de Sostenibilidad de Vincci Hoteles

El hotel del futuro aportará valor al destino y a su entorno

Durante años, la sostenibilidad ocupó un lugar secundario en la conversación turística. Era un atributo positivo, capaz de diferenciar una marca o un establecimiento, pero rara vez determinaba la elección de un hotel o un destino. Hoy esa percepción ha cambiado. El viajero ya no entiende la sostenibilidad como un complemento, sino como parte de la forma en la que quiere viajar, consumir y relacionarse con los lugares que visita. Pero el verdadero cambio no está solo en reducir el impacto. El gran reto de la hotelería es entender que el hotel del futuro no será únicamente el que menos consuma, menos residuos genere o más eficiente sea, sino aquel que mejor se integre en la vida del destino y sea capaz de aportar valor real a su entorno.

Durante demasiado tiempo, la sostenibilidad se ha medido principalmente por aquello que conseguimos reducir. Menos emisiones, menos consumo, menos desperdicio. Es un enfoque necesario, pero que empieza a resultar insuficiente en un contexto donde los destinos reclaman algo más que una disminución de impactos. Reclaman que el turismo contribuya activamente a su desarrollo, a la conservación de su identidad y al bienestar de quienes viven en ellos.

Esta transformación ya se percibe con claridad. En el turismo corporativo, las políticas de viaje incorporan cada vez con mayor frecuencia criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG), convirtiendo la sostenibilidad en factor de decisión empresarial. Pero el cambio no se limita al ámbito profesional. También el viajero de ocio muestra una sensibilidad creciente hacia cuestiones que hace apenas unos años preocupaban únicamente a perfiles muy concretos. Curiosamente, el huésped no suele hablar de indicadores de eficiencia ni de certificaciones. Lo que realmente valora son decisiones que percibe de manera inmediata: el apoyo al producto local, la reducción del plástico, la lucha contra el desperdicio alimentario, la colaboración con entidades sociales o el respeto por la identidad del lugar. Son gestos que conectan con preocupaciones de su vida cotidiana y que transmiten autenticidad.

La sostenibilidad, por tanto, debe entenderse como una carrera de fondo. No como un proyecto aislado, con un principio y un final, sino como una forma de tra-



> 6 de octubre de 2026 a las 0:00

bajar y de entender el negocio hotelero. Esto exige incorporar criterios responsables de manera transversal, desde la gestión de los recursos hasta la relación con el territorio, la gastronomía, el diseño, la rehabilitación de edificios o la propia experiencia del huésped. Mirar un destino implica también comprenderlo, respetarlo y contribuir a conservar aquello que lo hace único.

Desde las áreas de sostenibilidad, uno de los principales retos consiste precisamente en conseguir que esta visión atravesase toda la organización. La formación, la sensibilización, el acompañamiento a los equipos y la coordinación entre departamentos son fundamentales para que los compromisos no se queden en declaraciones de intenciones y se conviertan en rutinas de trabajo reales.

Uno de los aprendizajes más claros de los últimos años es que las iniciativas que mejor conectan con los clientes son aquellas cuyo impacto se entiende de forma inmediata. Los proyectos vinculados a la reducción del desperdicio alimentario o a la acción social, por ejemplo, han tenido una repercusión especialmente positiva porque son cercanos, tangibles y fácilmente reconocibles. Cuando una compañía trabaja para optimizar sus recursos, reducir residuos o colaborar con su entorno, está trasladando una manera concreta de relacionarse con la sociedad.



■

Los hoteles tienen la responsabilidad de convertirse en una expresión de su ciudad y de su sociedad

■

Sin embargo, el reto de los próximos años será ir un paso más allá. El turismo responsable no puede limitarse a reducir impactos negativos. Debe avanzar hacia una visión más regenerativa, capaz de aportar valor positivo al entorno. Los hoteles deben ser actores destacados en sus comunidades: espacios de colaboración, puntos de encuentro y elementos que contribuyan a preservar la identidad de los destinos en los que se integran. Esto será especialmente importante en un contexto en el que algunos territorios perciben el turismo desde la saturación, la pérdida de autenticidad o la homogeneización. Los hoteles tienen la oportunidad y la responsabilidad de convertirse en una expresión de su ciudad y de su sociedad. Ser parte del destino, no un elemento ajeno a él.

Esa integración no depende únicamente de grandes proyectos. También se construye desde decisiones cotidianas: cómo se rehabilita un edificio, cómo se trabaja con proveedores locales, qué papel tiene la gastronomía en la experiencia, cómo se forman los equipos, qué relación mantiene el hotel con su barrio o cómo se consigue que el viajero entienda mejor el lugar que visita. La sostenibilidad no está solo en los indicadores; también está en la forma en la que un hotel se comporta dentro de su entorno.

Esta reflexión cobra especial relevancia en un sector que durante las últimas décadas ha transformado profundamente su manera de entender la hospitalidad. El diseño, la arquitectura, la gastronomía, la recuperación de edificios con identidad o la conexión con la cultura local han pasado a formar parte de la propuesta de valor de muchos establecimientos. La sostenibilidad debe integrarse en esa misma evolución: no como una capa añadida, sino como un criterio que ayude a decidir cómo se construye, cómo se reforma, cómo se opera y cómo se relaciona un hotel con el lugar del que forma parte.

A estas alturas, el turismo responsable ya no puede plantearse como una tendencia ni como una exigencia externa. Es una condición necesaria para seguir construyendo una hotelería con sentido. El viajero lo valora, las empresas lo incorporan a sus decisiones y, sobre todo, los destinos lo necesitan. La cuestión ya no es si debemos integrar la sostenibilidad en la hotelería, sino cómo somos capaces de hacerlo de manera más profunda, más honesta y más útil para el entorno. Porque el hotel del futuro no será solo el que reduzca su impacto, sino el que consiga formar parte de la vida del destino y aportar valor a quienes lo habitan, lo visitan y lo harán posible en los próximos años.