



WHITEPAPER

CÓMO SER MÁS SOSTENIBLE EN UN NEGOCIO DE HOSTELERÍA



El sector de la hostelería tiene un papel fundamental si queremos conseguir que nuestro planeta sea más sostenible. Algunas de las conclusiones reveladas en el reciente informe del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) apuntan directamente al consumo y a la producción de alimentos como una de las principales causas del calentamiento global, lo que impacta de pleno y de forma muy directa a nuestra industria.

La Sustainable Restaurant Association resumió las principales áreas que afectan a la industria de alimentos y bebidas: **las dietas hipercalóricas tienen un mayor impacto en el medioambiente, y las emisiones de gases de efecto invernadero podrían reducirse considerablemente si a nivel mundial se pasara a optar más por dietas basadas en plantas.** Las tendencias en España indican que los consumidores están comiendo cada vez menos carne, ya sea por razones de salud, por causas relacionadas con la protección de los animales o por la creciente influencia del movimiento vegetariano y vegano.

Según la FAO, **un tercio de los alimentos se desperdicia**, y de este tercio, el 75% podría evitarse. La energía utilizada para producir, transportar y descomponer los alimentos que se desperdician representa **entre un 8 y un 10% de los gases de efecto invernadero.**

El informe también subraya que **las empresas y organizaciones pueden jugar un papel crucial** si refuerzan sus políticas de sostenibilidad y de reducción de emisiones, así como si trabajan para concienciar a los consumidores a través de sus comunicaciones y acciones de marketing.



CONOCE A NUESTROS COLABORADORES



JULIANE CAILLOUETTE-NOBLE
Managing Director
de la Sustainable Restaurant Association

Juliane Caillouette Noble se incorporó a la Sustainable Restaurant Association (SRA) como Directora de Desarrollo en 2016, tras cinco años dirigiendo los programas de Jamie Oliver para mejorar la alimentación escolar y la educación alimentaria en el Reino Unido. La SRA tiene como objetivo acelerar el cambio hacia una hostelería más respetuosa con el medioambiente y conseguir que el sector sea más progresista desde el punto de vista social en todo el mundo. Como Directora de Desarrollo, las funciones de Juliane incluyeron el diseño y desarrollo de asociaciones y campañas estratégicas para asegurar que el impacto y la influencia de la SRA crecía al mismo tiempo que lo hacía nuestra industria. Juliane pasó a ser Directora General de la SRA en enero de con el objetivo de aumentar la influencia de la SRA en todo el mundo, también en España.

thesra.org



ÁNGEL LUIS DÍEZ
Director de Marketing,
Comunicación y RSE en Grupo Sibuya

Tras liderar las estrategias de marketing, comunicación y RSC en compañías como Laboratorios Ovejero, o colaborar en proyectos de consultoría y formación en distintos campos, a principios de 2020 Ángel Díez se incorporó en Grupo Sibuya con el objetivo de implantar una estrategia de marketing 360° en la joven compañía. Este grupo de restauración leonés nació en 2016 inspirándose en la filosofía y cultura nipona, concretamente en su gastronomía. El grupo cuenta con las marcas Sibuya Urban Sushi Bar, más enfocada a nuevos conceptos de sushi y con una carta con toques japoneses, y Kamado Asian Food, en la que encontramos gastronomía asiática de Tailandia, Malasia, Vietnam, Corea, China y Japón. En total, 39 restaurantes en los que Ángel Díez y su equipo trabajan a diario para que la RSC y la sostenibilidad jueguen un papel clave. Tanto es así que Grupo Sibuya fue la primera empresa española de restauración organizada en integrar todos sus locales en la iniciativa Hostelería #PorElClima, y fueron también los primeros en medir la huella de carbono en un restaurante en nuestro país.



DAVID CHENERY
Fundador y Director
de Object Space Place

En 2011, David cofundó junto con su socio, Brendan Mallard, Object Space Place (OSP), un estudio de diseño de hostelería sostenible. Su trabajo abarca las áreas de arquitectura, diseño de interiores y branding, y a la hora de diseñar y decorar restaurantes se basa en los principios sostenibles de la economía circular.

OSP fue la primera agencia de diseño y arquitectura en convertirse en miembro de la Sustainable Restaurant Association y en obtener la certificación de empresa carbono neutral.

object.space.place

¿QUÉ ÁREAS ABARCA LA SOSTENIBILIDAD?

Los datos que hemos compartido hasta aquí probablemente no sorprenderán a la mayoría de los operadores de hostelería, puesto que todos somos conscientes de que el mundo necesita desperdiciar menos recursos y potenciar las fuentes de energía renovables. Sin embargo, la sostenibilidad no se atañe únicamente a los alimentos y la energía, sino que su alcance va mucho más allá.

LOS 17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La **Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible** fue adoptada por todos los Estados miembros de las Naciones Unidas en 2015. Esta Agenda plantea un total de **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, basados en las **5P: Gente (People), Planeta (Planet), Prosperidad (Prosperity), Paz (Peace) y Alianzas (Partnership)**, y cuenta con 169 metas asociadas.

1. Fin de la pobreza

Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.

2. Hambre cero

Poner fin al hambre y la malnutrición, lograr la seguridad alimentaria y promover la agricultura sostenible.

3. Salud y bienestar

Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.

4. Educación de calidad

Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

5. Igualdad de género

Lograr la igualdad entre géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.

6. Agua limpia y saneamiento

Garantizar la disponibilidad de agua, su gestión sostenible y el saneamiento para todos.

7. Energía asequible y no contaminante

Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna.

8. Trabajo decente y crecimiento económico

Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, y el empleo y el trabajo decente para todos.

9. Industria, innovación e infraestructura

Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación.

10. Reducción de las desigualdades

Reducir la desigualdad en y entre los países.

11. Ciudades y comunidades sostenibles

Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles.

12. Producción y consumo responsables

Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

13. Acción por el clima

Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

14. Vida submarina

Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos.

15. Vida de ecosistemas terrestres

Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.

16. Paz, justicia e instituciones sólidas

Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.

17. Alianzas para lograr los objetivos

Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Estos objetivos afectan a todos los actores del planeta. Por lo que al sector de la hostelería se refiere, este se ve afectado en mayor o menor medida por la mayoría de los 17 objetivos. La sostenibilidad abarca a todas las personas que trabajan en nuestros negocios, a los clientes, a las comunidades locales y también, evidentemente, a la forma en que operamos.



CERO NETO (NET ZERO) PARA 2050

El objetivo número siete de la ONU es quizás uno de los más importantes en la lucha contra el cambio climático: energía asequible y no contaminante. **Reducir nuestra huella de carbono es vital para hacer frente al calentamiento global.**

En respuesta a esto, la ONU publicó una hoja de ruta en la que se explica cómo podemos conseguir las emisiones netas cero para 2050. Los gobiernos, las instituciones y las organizaciones deben duplicar su inversión en energías renovables antes de 2025 y triplicarla antes de 2030. Sin embargo, la implantación de energías renovables hasta ahora ha sido lenta, especialmente a nivel de transporte, industria, calefacción y refrigeración.



RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: LO QUE HOY ESPERAN LOS CLIENTES

Aparte de las tremendas consecuencias que tuvo para el sector de la hostelería, la crisis causada por la pandemia nos afectó a todos a nivel personal. Según el informe de Accenture publicado en 2021, "Life Reimagined: Mapping the motivations that matter for today's consumers", **el 50% de los 22.000 clientes encuestados de alrededor del mundo reconocieron haber redefinido sus valores**, y que ahora basan sus decisiones de compra en factores que van más allá del precio y la calidad.

De estos consumidores "redefinidos":



EL 66% DIJO QUE...

actualmente espera que las marcas asuman una mayor responsabilidad a la hora de motivarles a vivir según sus valores y hacerles sentir que son más relevantes en el mundo.



EL 65% SE DECANTA...

por aquellas marcas que recurren a servicios y materiales de forma ética. Los consumidores "redefinidos" quieren saber qué contiene un producto, cómo se ha producido y cuánto ha viajado.



EL 65% PREFERE...

consumir marcas que son respetuosas con el medioambiente.

Es evidente pues, que hacer un esfuerzo para ser más sostenibles es hoy en día esencial si queremos que nuestro negocio sobreviva en este mundo tan cambiante.



¿POR DÓNDE EMPEZAR?

La sostenibilidad es un concepto que abarca muchos aspectos, así que es normal que al principio resulte abrumador y quizás un poco confuso. Con tantos objetivos a tener en cuenta, el camino a seguir parece infinito y es difícil saber por dónde empezar. Lo que está claro es que los cambios no se producen de la noche a la mañana, pero sí es cierto que los pequeños pasos pueden ayudarnos a empezar a marcar la diferencia.

Desde la consultora especializada en hostelería sostenible, **Te lo sirvo verde**, nos explican: “Lo primero es hacer un diagnóstico para saber en qué punto estamos, y para ello hay que hacer una revisión 360° de todas las áreas del negocio. Una vez tenemos el diagnóstico y sabemos dónde quiere llegar la empresa (como, por ejemplo, convertirse en un negocio residuo cero, o ser un restaurante carbono neutral), se traza un plan de acción. Por poner un caso práctico: en los restaurantes UDON se quiere pasar a ser residuo cero, así que lo primero que hicimos fue cuantificar detalladamente todos los residuos que se generaban en el *front* y *back office* y que eran desechables. En función de eso nos fijamos el objetivo de, por ejemplo, reducir un 20-30% los residuos. Esto implicó sustituir el plástico, aplicar innovación, estudiar cómo transportar delivery de manera que el producto llegue en buenas condiciones, pero con un envase que sea lo más sostenible posible, etc.”.



LA SUSTAINABLE RESTAURANT ASSOCIATION

La asociación Sustainable Restaurant Association (SRA) también está aquí para ofrecer ayuda al sector. Esta organización sin ánimo de lucro fue fundada hace 12 años, y entre sus socios encontramos desde pequeños establecimientos independientes hasta grandes grupos, pasando por empresas de restauración y asociaciones del sector con intereses similares.

La SRA empezó como una organización de afiliados, pero pronto se dio cuenta de que, en lugar de limitarse a dirigirse a organizaciones que pensaban igual, quería que sus herramientas estuvieran al alcance de todo el sector para así ayudar a generar un cambio a gran escala.



Juliane Caillouette Noble explica cómo puede ayudar la organización:

“Hemos desarrollado un conjunto de criterios y lo hemos convertido en un análisis que las empresas pueden realizar para medir su nivel de sostenibilidad actual. Esto les permite identificar en qué puntos deben mejorar, y nosotros, por nuestra parte, podemos ayudarles con un plan de acción que les permita impulsarlo”.

Una vez realizado el análisis, ¿qué hay que hacer a partir de ahí? “Depende del tamaño de la empresa. Las compañías más grandes pueden estar más interesadas en reducir su huella de carbono, mientras que las empresas más pequeñas pueden fijarse en aspectos más sencillos y operativos, como por ejemplo el reciclaje y la reducción de residuos”, responde Juliane.

“Si tuviera que recomendar dos áreas básicas en las que las empresas de hostelería pueden aplicar mejoras de forma más inmediata, diría que la reducción de energía y del desperdicio alimentario son dos buenos puntos de partida”, explica.

- **Reduce el consumo de energía:** puedes hacerte con un contador inteligente y medir dónde consumes más energía para ver cómo reducir el consumo. Además, esto también te ayudará a ahorrar dinero.
- **Mide el desperdicio alimentario:** las tres áreas más importantes que hay que analizar son el desperdicio de comida que se deja en los platos, el desperdicio que se produce durante la preparación y el desperdicio que se produce cuando los alimentos se ponen malos. De este modo, podrás identificar de dónde proviene la mayor cantidad de desperdicio. Una vez hecho esto, establece un objetivo a nivel interno y haz que tu cocina se responsabilice de ello. Es posible que se tenga que replantear la manera en que se hacen los pedidos, revisar cómo se preparan los alimentos u observar cómo se comportan los clientes para conseguir reducir la cantidad de comida que se desperdicia.
- **Elabora un plan de acción:** la SRA puede ayudarte a identificar, planificar y alcanzar tus objetivos con un plan de acción que sea adecuado y factible para tu empresa. Una vez que hayas alcanzado tus objetivos, también puedes obtener una acreditación para mostrar a tus clientes y usuarios tu compromiso con la sostenibilidad.





GRUPO SIBUYA

El Grupo Sibuya, con solo 5 años de vida, ya cuenta con 39 locales en España. Sin embargo, tal y como comenta su director de Marketing, Ángel Díez, el crecimiento ha sido sostenido, pero también se ha trabajado para que fuese sostenible. Para conseguirlo, la compañía está aplicando una estrategia de sostenibilidad y RSC basada en cumplir siete de los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- **Objetivo 2:** Para acabar con el hambre, este año Grupo Sibuya ha enviado varios cargamentos de arroz a los afectados por el conflicto bélico en Ucrania, además de colaborar regularmente con otras entidades que trabajan para combatir el hambre en nuestro país.

- **Objetivo 3:** En cuanto a salud y bienestar, la compañía se asocia con entidades y lleva a cabo acciones enfocadas a garantizar una vida sana. Por ejemplo, coincidiendo con el Día Internacional de la Lucha Contra el Cáncer de Mama, Sibuya añadió en su carta durante tres meses el “Menú Rosa”, cuya recaudación se destinó a apoyar la investigación del cáncer de mama; o también patrocinó la Carrera de la Mujer y ofreció un 25% de descuento a todas las corredoras.
- **Objetivos 4 y 5:** Por lo que hace a educación de calidad e igualdad de género, el grupo patrocina y apoya proyectos educativos que desarrollan el talento y fomentan las vocaciones científico-tecnológicas entre las niñas y jóvenes adolescentes.

Quizás uno de los aspectos más relevantes sea el hecho de que **Grupo Sibuya fue la primera empresa española de restauración organizada en integrar todos sus locales en la iniciativa Hostelería #PorElClima**, un proyecto que impulsa la acción contra el cambio climático en el sector y que **implica varios ODS (concretamente el 12, 13 y 15)**. Además, también **han sido los primeros en medir la huella de carbono en un restaurante**.

En materia de producción y consumo responsables, Sibuya trabaja para reducir al máximo el desperdicio alimentario y la generación de residuos, y cuida de los ecosistemas con acciones orientadas a poner fin a la deforestación, como la plantación de árboles Sakura en el Día Mundial de la Naturaleza, los árboles más emblemáticos de la cultura japonesa, en línea con su imagen de marca.

En total, los restaurantes de Sibuya Urban Sushi Bar y Kamado Asian Food cuentan hoy en día con **más de 750 medidas para frenar las emisiones de gases de efecto invernadero, evitar el desperdicio de agua y energía y reducir la huella de carbono**.



CÓMO LOS NEGOCIOS DE HOSTELERÍA PUEDEN SER MÁS SOSTENIBLES



REDUCIR EL CONSUMO DE ENERGÍA

Según un informe publicado por Carbon Trust, la media de los costes energéticos del sector de la hostelería supera los 1,5 mil millones de euros, y el sector es responsable de la emisión de 8 millones de toneladas de carbono. Además, nuestra industria consume entre un 5% y un 7% más de energía que otro tipo de empresas.

Los principales responsables son, obviamente, los sistemas de calefacción y refrigeración, la iluminación, el agua caliente y los equipos de restauración. El tipo de energía que más se consume depende del tipo de negocio. Por ejemplo, los hoteles gastan más en calefacción y agua caliente, mientras que los bares utilizan más energía para la iluminación y los equipos del bar. Por eso, antes de invertir en medidas concretas, es necesario analizar dónde se puede ahorrar más energía y dinero.

"Hemos sustituido todas las bombillas de nuestros restaurantes por bombillas led, y eso se traduce en menos consumo y menos emisiones. Por lo que hace a los aparatos de refrigeración, tenemos unos rangos de temperatura que sabemos que son los que hacen que el consumo sea menor y más eficiente", cuenta Ángel Díez.

Invertir en equipos ecoeficientes, como neveras y congeladores, aunque a priori sea más caro que los equipos normales, a la larga sale a cuenta, ya que las facturas se reducen.

Los electrodomésticos y equipos también necesitan un mantenimiento periódico adecuado si queremos que sigan funcionando correctamente. La temperatura de los frigoríficos y los congeladores también es otro factor que hay que controlar para prevenir posibles incidentes relacionados con la seguridad alimentaria y, por otro lado, evitar averías en los sistemas de calefacción o en el aire acondicionado para que los clientes se sientan siempre cómodos.

En un ejemplo citado por Carbon Trust, se detectó que un hotel de lujo tenía dos calentadores de agua poco eficientes que funcionaban al 60%. Al sustituirlos por dos nuevos calentadores que funcionaban al 90%, y también al mejorar los sistemas de calderas que había en el hotel, les permitió ahorrar 6.500 euros al año.

Por lo tanto, parece buena idea contar con un sistema para gestionar el mantenimiento de forma eficiente y evitar así el exceso de papeleo, las posibles ineficiencias, o lo que es peor, tener que parar la actividad debido a fallos o averías, lo que afectaría directamente a la calidad del servicio y a tu cuenta de resultados. **Facilities de MAPAL es un sistema integral que permite gestionar el mantenimiento e inventario de las instalaciones, equipos y maquinaria** desde un solo lugar y hacer un seguimiento y análisis en tiempo real. Además, la solución se integra con el resto de los sistemas de tu negocio, como puede ser el de contabilidad, entre otros.

Garantizar la seguridad alimentaria es fundamental. La salud es lo más importante y los consumidores eligen cada vez más aquellas marcas que les generan confianza y que les hacen sentir seguros, cómodos y tranquilos. Los sistemas basados en papel dejan demasiado margen para el error, lo que acaba por **perjudicar tus esfuerzos por cumplir con la normativa alimentaria, sanitaria y de seguridad, así como tu reputación.**

Utilizar un sencillo software de listas de control (o checklists) digitales como **Compliance de MAPAL puede simplificar todos tus procedimientos operativos.** Tu personal puede realizar las comprobaciones de cumplimiento de forma rápida y eficaz, y visualizar únicamente aquellas tareas que le correspondan a cada uno. Los responsables de área, por su parte, pueden monitorizar los niveles de cumplimiento de forma remota y resolver los posibles incidentes rápidamente, y finalmente los departamentos de calidad pueden acceder fácilmente a toda la información para comparar las auditorías y extraer informes.





REGULAR EL USO DEL AGUA

En la hostelería utilizamos mucha agua: agua caliente para cocinar, para lavar los platos, para las duchas de los hoteles, etc. Aparte de la maquinaria y los equipos ecoeficientes, aún queda mucho trabajo que hacer para reducir el consumo de agua.

Un buen ejemplo de cómo conseguirlo lo encontramos en la cadena hotelera Meliá. Con su fuerte apuesta por la sostenibilidad, en el hotel Villa le Blanc de Menorca, el agua procedente del retrolavado de la piscina será aprovechada para la limpieza del hotel, el agua de lluvia será utilizada para el riego de los jardines y, por último, la recuperación de aguas grises será destinada a uso en los sanitarios.



PACKAGING Y RECICLAJE SOSTENIBLE

El crecimiento del delivery y el take away impulsado por la pandemia también ha hecho que aumente la cantidad de cubiertos y envases desechables utilizados en el sector.

Aunque lo ideal sería que no hubiera artículos desechables, las marcas están intentando sustituir los plásticos de un solo uso por alternativas más sostenibles, como los envases fabricados a partir de materiales de origen vegetal, como la caña de azúcar, que son biodegradables y, tras su uso, pueden convertirse en nutrientes o abono orgánico. O también el cartón kraft, actualmente la opción más popular para el delivery por ser también totalmente reciclable, ligero y resistente.

Además, hay que tener en cuenta las nuevas normativas que prohíben la entrega de bolsas de plástico, o la recién aprobada Ley de Residuos, que obliga a los negocios de restauración a ofrecer envases reutilizables o fácilmente reciclables para que los clientes pueden llevarse la comida que no se han terminado.

La personalización de este packaging puede utilizarse para diferenciarse de la competencia, ya que el envase será lo que el cliente vea primero. Incluir referencias de la marca como el logo, un claim o mensaje llamativo, el teléfono o un código QR para invitar a los clientes a escribir una reseña puede ser también una buena idea.



DELIVERY SOSTENIBLE

Teniendo en cuenta la creciente tendencia del delivery, Sibuya se ha propuesto eliminar, en un plazo de tiempo razonable, todas las motocicletas de reparto que funcionan con motores de gasolina y que contaminan las calles con humos y ruido. Para ello la compañía va a optar por vehículos eléctricos, como motos y patinetes, así como bicicletas.



COMPRAR DE FORMA RESPONSABLE Y TRAZABILIDAD

La forma en que compramos tiene un impacto directo en nuestra huella de carbono. Los recientes problemas relativos a la cadena de suministros también han influido a la hora de elegir a nuestros proveedores, y es posible que siga ocurriendo en el futuro. Por este motivo, comprar productos locales y de temporada tiene mucho más sentido en términos de coste y disponibilidad, y en última instancia, en nuestro impacto en el cambio climático.

“Aprovechando que somos de un sitio pequeño, nosotros hemos apostado mucho por el producto local. Tenemos un almacén desde el cual distribuimos al resto de los restaurantes de la cadena y apostamos mucho por el producto de Castilla y León. Esto evita viajes, transporte, etc. y hace que evidentemente seas mucho más sostenible”, explica Ángel Díez de Grupo Sibuya.



Por su parte, Juliane Caillouette de la Sustainable Restaurant Association, comenta que desde la asociación “animamos a las empresas a que establezcan unos criterios de compra sostenibles cuando pidan los ingredientes a intermediarios. Estamos viendo que cada vez más intermediarios están abiertos a ello. Es un contrato, así que tienen que cumplir esos criterios cuando compran por ti. Lamentablemente, el precio suele ser uno de ellos, por lo que es muy importante incluir la sostenibilidad en esos requisitos para intentar encontrar el equilibrio”.



Esto puede ser más complicado especialmente para las empresas más pequeñas, ya que tienen menos poder de negociación. Junto con los requisitos legales de documentar el origen de todos los alimentos que se compran, el hecho de comprar de forma responsable y sin pasarse del presupuesto es realmente un gran reto.

La clave está en gestionar de forma eficiente los proveedores y reducir el tiempo y la carga administrativa.

Agilizar los procesos te ayudará a conseguirlo, y la tecnología es una herramienta clave para ello. Con **un software de gestión de inventarios de cocina como Easily's f&b**, podrás tener todos tus proveedores y toda la información necesaria en un único lugar. Haz un seguimiento del origen de los productos y consigue tener a mano toda la información sobre los ingredientes. Esto además de permitirte crear menús perfectamente detallados, te ahorrará problemas a la hora de servir a los clientes con requisitos dietéticos. Por otro lado, Easily's f&b actualiza automáticamente tus listas de stock y de pedidos, con lo que sabe exactamente qué necesitas y cuándo lo necesitas, lo que ahorra muchísimo tiempo y quebraderos de cabeza al responsable de cocina y a los mángers.



MAHOU SAN MIGUEL, REFERENTE ESPAÑOL EN SOSTENIBILIDAD



A parte de ser una de las compañías cerveceras líderes en nuestro país, Mahou San Miguel es también conocida por su fuerte apuesta por la sostenibilidad. “Vamos 2030” es el nombre de la hoja de ruta que la marca tiene en este ámbito para la próxima década. Un plan estratégico que implica una inversión de más de 220 millones de euros y que cuenta con 15 compromisos alineados con los ODS que se clasifican en tres ejes principales: progreso social y económico, protección del hábitat natural y fomento del bienestar.

Durante este 2022, la compañía está centrándose especialmente en el desarrollo de proyectos de eficiencia energética, de packaging sostenible y en el uso responsable de los recursos naturales.

Actualmente el 100% de la energía de todos sus centros ya es verde, pero para ir un paso más allá y reducir las emisiones de CO2, Mahou San Miguel ha puesto en marcha una instalación de placas solares que le permitirá que dos de cada diez cervezas estén elaboradas con energía autogenerada. Su objetivo es reducir su huella de carbono en un 10% para 2025 y ser una compañía Carbon Neutral para 2040.

AYUDAR A QUE LA HOSTELERÍA SEA MÁS SOSTENIBLE

Por otro lado, la compañía también trabaja para apoyar a los hosteleros a transformar sus negocios para que sean más sostenibles.

En esta línea, la empresa fue la primera en nuestro país en proporcionar mobiliario hecho con material 100% reciclado y totalmente reciclable; y ya anteriormente había repartido más de 40.000 parasoles que purifican el aire, lo que equivale a la actividad de un bosque de 80.000 árboles.

Mahou San Miguel se compromete también a hacer un 95% de sus compras a proveedores locales y a acompañar a su cadena de valor para que incorpore criterios de sostenibilidad en sus negocios.

Además, la marca está colaborando con entidades como Hostelería de España o Paradores para fomentar la reactivación de la hostelería y el turismo y generar así empleo y riqueza en nuestro país.

Gracias a éstas y otras iniciativas enmarcadas en su estrategia de Sostenibilidad, Mahou San Miguel ha sido distinguida por sexto año consecutivo como la compañía de Alimentación y Bebidas más responsable de España por el Monitor MERCO de Responsabilidad ESG en España 2021.



MELIÁ SIGUE A LA CABEZA DE LA SOSTENIBILIDAD HOTELERA

MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL

Meliá Hotels International fue clasificado como el grupo hotelero más sostenible del mundo en 2019 y 2020, según el informe S&P Global Corporate Sustainability Assessment (CSA), y la compañía mantuvo el título en España y Europa también en 2021. Este grupo hotelero internacional nacido en nuestro país lidera la transformación hacia un nuevo modelo hotelero sostenible y responsable.

Sin dejar de ser líder mundial en la dimensión de Gobernanza y Economía, Meliá Hotels también destaca por su labor en materia de sostenibilidad medioambiental. Esto incluye el **diseño y la construcción de hoteles más eficientes y sostenibles, así como varios proyectos para reducir su huella de carbono.**

El grupo ha invertido 25 millones de euros para poner en marcha su estrategia de sostenibilidad en los últimos cinco años, lo que incluye un proyecto para mejorar la gestión de la energía y del agua en los hoteles mediante la inteligencia artificial y comprando más energía limpia.

Y es que **el 61% de los hoteles de la marca ya utilizan actualmente fuentes de energía renovable; o lo que es lo mismo, el 100% de los hoteles en España, Reino Unido, Francia, Italia y Alemania.**

Meliá también ha reducido su desperdicio alimentario orgánico en un 30% gracias al uso de tecnología de cocina y ya en 2018 creó una hoja de ruta para eliminar los plásticos de un solo uso. Además, la cadena tiene un proyecto en marcha en Mallorca para **implementar la economía circular en un hotel en el que los residuos orgánicos se transforman en abono, este abono posteriormente es donado a los agricultores locales, a quienes más tarde les compran los productos.**

La compañía también ha sido reconocida por su labor en el ámbito de la **gestión del capital humano, especialmente por promover la diversidad, la igualdad y la inclusión.** Destaca su implicación con ClosinGap, un grupo de empresas españolas nacido en 2018 para dar una mayor visibilidad al valor social y económico que aportan las mujeres.



REDUCIR LOS RESIDUOS

Un tercio de los alimentos producidos en el mundo se desperdicia, y paralelamente, millones de personas siguen muriendo de hambre. Para poner fin a este problema global es necesario adoptar medidas drásticas, pero también hay que hacerlo a nivel de empresa. Como operadores del sector de la hostelería, tenemos que asegurarnos de que abordamos esta cuestión de forma directa, no solo para ayudar a mejorar el escenario general, sino también para mejorar nuestra propia sostenibilidad empresarial y hasta nuestra cuenta de resultados.

Para conseguirlo podemos tomar muchas medidas:

Predecir las ventas es el primer paso para ser más eficiente y reducir el desperdicio. Para ello, es necesario hacer una previsión de lo que se vaya a vender durante cada hora, de cada producto y en cada canal. Las herramientas tecnológicas, como **Workforce de MAPAL**, pueden ayudarnos a predecir en función del histórico de ventas, pero también teniendo en cuenta las condiciones meteorológicas y otras variables externas.

Simplifica tus menús para reducir las compras y evitar que se los alimentos e ingredientes terminen en la basura.

Mide el desperdicio de los platos para identificar el comportamiento de los clientes y calcular en cuáles de ellos deberías reducir el tamaño de las porciones.



“La cadena de bares Wetherspoons es un buen ejemplo de ello,” explica Juliane Caillouette; “en Wetherspoons midieron el desperdicio de sus platos y vieron que los clientes que pedían pescado y patatas fritas (el mítico *fish and chips*) siempre acababan dejando muchas patatas fritas en el plato, especialmente las mujeres. Por este motivo, decidieron reducir el tamaño de la ración teniendo en cuenta las necesidades reales de los clientes. Aunque la mayoría de los restaurantes creen que ofrecer una gran cantidad de comida les hará ganar adeptos, es posible que ni ellos mismos se den cuenta de ese valor. Los restaurantes, pues, deberían reajustar su forma de llenar los platos”.



Reduce el tamaño de las porciones en función de los resultados obtenidos tras medir el desperdicio de los platos, como se ha indicado anteriormente.

Sin embargo, Juliane cree que hay que ir un paso más allá: “Tenemos que servir menos comida en general, y este es un problema que, aunque todos veamos en las empresas de restauración, nadie se atreve a mencionar. No hay suficiente carne de calidad (sobre todo de pollo) para las enormes cantidades que pide el sector, así que es necesario que reduzcamos las cantidades. Hay demasiada carne en nuestra dieta y la solución pasa por consumir menos pero de mejor calidad, y paralelamente readaptar nuestras cartas y menús para apostar más por las verduras y el resto de los ingredientes”.





Reutiliza la comida en nuevos platos. Sé creativo con la comida que sobre y esté en buenas condiciones y aprovéchala para otro plato.

Controla el stock de forma eficiente haciendo pedidos exactos y rotando las existencias. Esto es imprescindible para evitar que los alimentos se pongan malos y se desperdicien. Asegúrate de que los alimentos están correctamente etiquetados con sus respectivas fechas de caducidad, así como que todo el mundo haya recibido formación sobre las técnicas “lo primero que entra es lo primero que sale” para gestionar mejor el inventario.

Predice los pedidos de alimentos con un software que utilice tecnología de predicción de pedidos.

Aprovecha para hacer abono, en caso de que tengas huertos como parte de tu actividad.

Involucra al personal: el personal que está en contacto con los alimentos puede ser a menudo la mejor fuente de ideas para reducir el desperdicio alimentario. Es muy

recomendable que formes continuamente al staff en seguridad alimentaria y que entregues certificados a tus equipos.

Dona a quienes lo necesitan: si te sobra comida, no la tires a la basura si alguien puede aprovecharla. Colabora con organizaciones benéficas de tu zona o con centros de acogida para personas sin hogar, o tal vez con una app como Too Good to Go, que pone en contacto a negocios de hostelería con clientes para que se lleven los alimentos que te han sobrado a un precio más bajo de lo normal.

Apostar por un software de gestión de inventarios de cocina y de residuos, como **Easilys f&b**, te ayudará a reducir los residuos de forma mucho más eficiente. Tu equipo podrá gestionar fácilmente los pedidos, controlar el stock y medir los residuos a través de una app móvil muy sencilla y fácil de usar, lo que les permitirá también ahorrar tiempo. Además, esta herramienta te permitirá estandarizar el tamaño de las porciones en toda tu empresa, medir los residuos y actualizar automáticamente los próximos pedidos a medida que se vaya vendiendo cada plato.



MENÚS DE ORIGEN VEGETAL

Todo el mundo sabe que la ganadería intensiva, en general, es mala para el medioambiente. Y es que es el mayor responsable de la deforestación, la contaminación del agua y también de emitir unos altos niveles de gases de efecto invernadero, los cuales contribuyen al calentamiento del planeta.

Por parte de los consumidores ha habido un importante aumento de peticiones de opciones vegetarianas y veganas en nuestras cartas y menús. Así que, como operadores de hostelería, debemos dar respuesta a estas demandas y ayudar a la población a tomar decisiones más saludables y ecológicas incluyendo alimentos de origen vegetal en nuestra oferta.

La forma en que diseñamos nuestras cartas y menús puede influir mucho en cómo eligen los clientes. Así que pon las opciones de carne hacia el final, por ejemplo, y coloca las opciones que no contengan carne en la parte superior. Incluso puedes poner las opciones de carne en una pizarra aparte, reservando la carta o menú principal para los platos más saludables.

De todos modos, puede que muchos de tus clientes sigan queriendo comer carne, así que ¿por qué no intentas reducir el tamaño de las porciones de carne y aumentar la cantidad de ingredientes de origen vegetal en el plato? Como ya hemos dicho, si compras la carne de forma responsable y pides el máximo número de productos locales y ecológicos, también estarás reduciendo tu huella de carbono.



DISEÑO Y RESTAURACIÓN: APERTURA DE NUEVOS LOCALES Y ECONOMÍA CIRCULAR

Un edificio normal se reforma entre 20 y 30 veces, pero la vida media de un restaurante es de cinco años. Si lo tiramos todo y empezamos de nuevo cada vez que abrimos un nuevo local, eso supone un enorme desperdicio de recursos.

David Chenery es cofundador de Object Space Place (OSP), una consultoría londinense de diseño de restaurantes que ayuda a los negocios independientes y a las cadenas de hostelería a reformar sus instalaciones de la forma más sostenible posible. David explica que “la mayoría de la gente solo piensa en el impacto del carbono que supone el funcionamiento de su restaurante. Pero muy pocos tienen en cuenta el **carbono incorporado**, es decir, los gases de efecto invernadero que han hecho que su restaurante exista. En el mundo **extraemos cada año cerca de 100.000 millones de toneladas de recursos naturales, y solo el 8,6% de ellos se reutilizan a través de una estrategia de economía circular**”.

Junto con su cofundador, **Brendan Mullard**,

decidieron desarrollar su propio **Marco de Diseño Restaurativo**, el cual podían aplicar a todos los proyectos.

Este enfoque se basa en el modelo de economía circular y consiste en analizar un local previamente equipado y empezar por intentar conservar todo lo posible. **Reutilizar los elementos ya existentes o reaprovechar los materiales para darles un uso distinto puede ahorrarnos alrededor del 50% de los costes de reforma**, e incluso más, dependiendo de lo relacionado que esté el nuevo negocio con el anterior. Esto no quiere decir que el nuevo restaurante tenga que parecerse al que había antes. Preservar la identidad de tu propia marca también es importante y nunca debe renunciarse a ello.

Aunque no se puedan reutilizar los materiales en el nuevo emplazamiento en cuestión, siempre se pueden guardar para una futura apertura en otro sitio. Esto es exactamente lo que hizo, por ejemplo, la panadería Gail's Bakery, que pintó las sillas de un local que ya existía y las utilizó en otro distinto.

“En el caso del restaurante Apricity, tuvimos que quitar una escalera de madera para cambiar la distribución del espacio, pero no queríamos deshacernos de ella. Así que la convertimos en un revestimiento de madera que ahora rodea el baño”, explica David.

“Cuando se hace un esfuerzo para reutilizar los materiales que ya existen de forma creativa o se invierte en materiales nuevos pero más sostenibles, los clientes lo notan. Los humanos responden al esfuerzo que se ha puesto en algo, y contar historias de esta forma es la mejor manera de conectar emocionalmente con los clientes y demostrarles lo que estamos haciendo”.



SOSTENIBILIDAD Y PERSONAL

CUIDAR DE TU EQUIPO

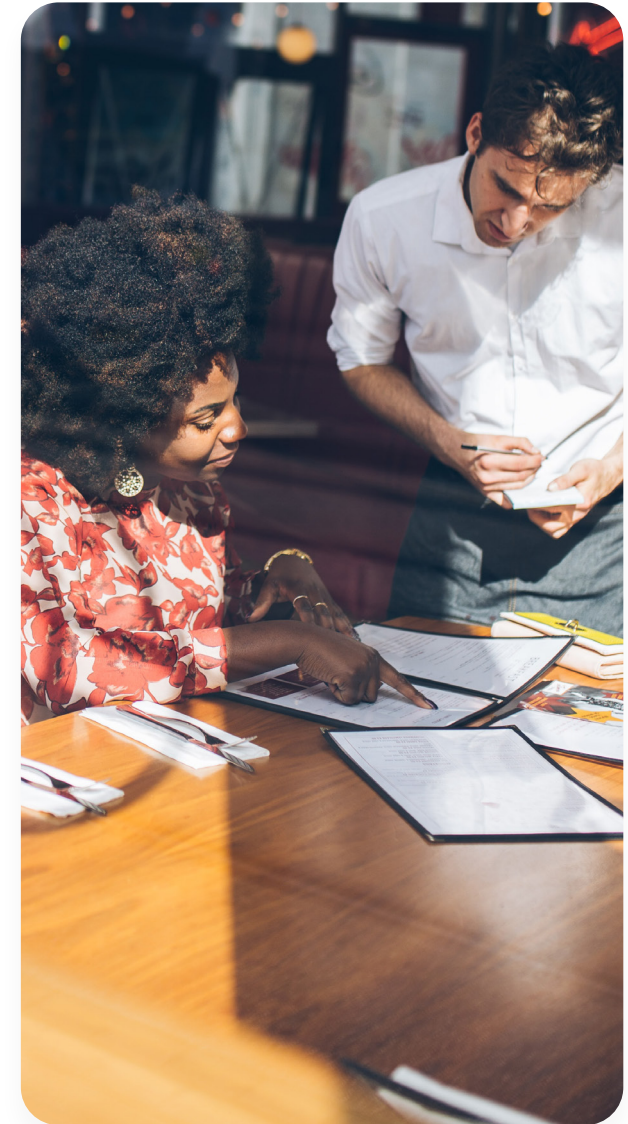
Aunque actualmente las dificultades a la hora de contratar complican nuestros objetivos operativos a corto plazo, también tenemos que recordar que debemos velar por la sostenibilidad de nuestro negocio a largo plazo. Y nuestros empleados son una parte esencial de nuestro negocio sin la que obviamente no podríamos sobrevivir.

“Cuidar la experiencia del empleado también es RSC, porque muchas veces pensamos en RSC como algo hacia fuera, hacia el planeta. Pero lo cierto es que también hay que enfocarla hacia el empleado, que es el público interno. En Grupo Sibuya hemos incorporado recientemente una persona que se va a encargar de mejorar la experiencia de los equipos desde el departamento de People&Experience”, cuenta Ángel Díez.

Y es que lo cierto es que hay mucho trabajo por hacer para cambiar la percepción que la gente tiene de las profesiones hosteleras, y el primer paso es ofrecer unas **buenas condiciones de trabajo, flexibilidad, fomentar un estilo de vida saludable y facilitar la conciliación entre la vida laboral y personal.**

Sin embargo, una de las tareas más complicadas es la de programar turnos de trabajo y que estos turnos se adapten a las necesidades y preferencias de todo el mundo. Esto es especialmente complejo porque nuestro sector depende de un grupo personas que trabajan a tiempo completo, pero también de otro gran grupo de personas que combinan su trabajo en la hostelería con otras responsabilidades, como pueden ser los estudios.

Gracias a la tecnología puedes conseguir que la planificación de turnos sea mucho más fácil. Las soluciones como **Workforce de MAPAL permiten generar horarios rápidamente teniendo siempre en cuenta las preferencias de los miembros de tu equipo** y su disponibilidad, y por supuesto siempre respetando la normativa laboral vigente. Además, también podrás optimizar los turnos de trabajo, lo que te permitirá reducir los costes laborales y mejorar la productividad y la rentabilidad.



IGUALDAD, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Nuestros negocios se expanden más allá de las fronteras y nuestras sociedades son cada vez más diversas. Si fomentamos esta diversidad y formamos un equipo de trabajo bajo los principios de igualdad, con independencia del género, nacionalidad, edad u orientación sexual, y garantizamos que en todos los niveles de la empresa la diversidad sea real, conseguiremos **crear un ambiente de trabajo en el que todo el mundo se sienta integrado, respetado y motivado**, lo que contribuirá a la continuidad y al éxito de la empresa.

APOYAR A TU COMUNIDAD

La mayoría de nuestros empleados, sus familias y nuestros clientes viven en la zona en la que opera nuestro negocio. De ellos depende nuestra empresa, así como nuestro bienestar social, medioambiental y económico. No se trata solo de dar algo a cambio, sino de fomentar un círculo de beneficios para que todas las partes salgan ganando.

Jack de Wet, Chief Development Officer del grupo de restauración Big Mamma, explicó en el evento Restaurant Marketer & Innovator de este año lo importante que es el sentimiento de comunidad, no solo para el bienestar de los empleados, sino también para el de la empresa. “A día de hoy, hasta el 20% de nuestro capital está en manos de los empleados, lo que hace que todo el mundo se implique a todos los niveles, desde la oficina central hasta el personal que está en los locales. Los tiempos difíciles son aún más difíciles si no se cuenta con el apoyo de la gente. Hasta hace poco, nuestra plantilla era casi exclusivamente italiana, lo que añade un sentimiento de comunidad interna. **Hemos conseguido que el 98% de nuestro equipo se quedara con nosotros después de los ERTE, a pesar del caos en el sector. Nuestro objetivo principal ha sido siempre el personal, y eso se refleja hacia fuera**”.

Si observamos los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible mencionados anteriormente, las

empresas de hostelería pueden generar un impacto en la comunidad local en casi todos ellos.

El hecho de **comprar productos locales** no solo beneficia a la economía local, sino que reduce los costes de transporte y las emisiones de carbono. Además, tus platos se servirán con ingredientes más frescos, algo que va en línea con las preferencias cada vez más habituales de los consumidores.

Minimiza tu impacto medioambiental en tu comunidad local **reduciendo los residuos y reciclando**. También puedes aprovechar para **ofrecer los alimentos que te sobren** a organizaciones benéficas de la zona o a centros para personas sin hogar.

Colabora con asociaciones locales, organismos que velen por la sostenibilidad, instituciones educativas o equipos deportivos locales para fomentar los hábitos y estilos de vida saludables. Por poner algunos ejemplos: la cadena de restaurantes Fridays ha decidido patrocinar a cinco equipos de fútbol femenino del Reino Unido. En nuestro país, Grupo Sibuya patrocina al judoca Alberto Gaitero en los Juegos Olímpicos, un deportista minoritario pero que representa muy bien los valores del grupo de restauración, así como la idea de que el deporte es una buena fuente de salud.





GENERAR EL CAMBIO EN TU COMPAÑÍA

Los cambios no se producen de la noche a la mañana, y encontrar la fórmula para promoverlos y gestionarlos puede resultar complicado. A menudo se intenta generar cambios con una estrategia que va de arriba abajo, pero puede que no se acaben transmitiendo a la plantilla tan bien como se debería. Del mismo modo, en un modelo que vaya de abajo arriba, los empleados pueden promover el cambio con acciones más sencillas, pero no siempre se consigue que los de arriba las apoyen. Así pues, ¿cómo deben introducirse los cambios relativos a la sostenibilidad en una empresa de hostelería para que funcionen?



“Ambas cosas son muy importantes”, afirma Juliane Caillouette, “pero sin duda se necesitan cambios estratégicos que vayan de arriba abajo. Vemos que hay una mayor presión sobre los directivos para que cambien su actitud. Parte de ello se debe al hecho de que en un futuro no muy lejano se introducirán medidas relacionadas con las emisiones de carbono y las marcas tendrán que rendir cuentas al respecto. Pero en los restaurantes también vemos una gran iniciativa impulsada desde abajo, y gran parte de ese compromiso proviene del personal. Hoy en día, contamos con un gran volumen de personas de la generación Z en nuestros negocios y es esencial conectar con ellos”.



CÓMO INVOLUCRAR A TU PERSONAL EN TU ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

Una vez que hayas definido el objetivo concreto de tu marca y tu compromiso con la sostenibilidad, es fundamental que tus empleados lo adopten para que tenga éxito. Para ello, es imprescindible que estén alineados con tus medidas y puedan transmitírselas a los clientes, además de cumplir con las prácticas sostenibles de forma correcta y eficiente.

En Grupo Sibuya, tal y como nos cuenta Ángel Díez, cada vez que se prepara la apertura de un nuevo local, el departamento de Comunicación y RSC se encarga de compartir con todas las personas que van a trabajar ahí, las políticas de sostenibilidad que se están poniendo en marcha. De esta manera, tanto el staff de sala, como el de cocina o los encargados están alineados y cualquier medida que se toma puede ir en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

DESIGNAR A UN RESPONSABLE

Muchas empresas empiezan asignando las funciones de sostenibilidad a un empleado a quien le motive y apasione la causa. Sin embargo, esto no será suficiente para superar los distintos retos que se presentarán, así que probablemente sea mejor asignar a tiempo completo a un responsable del proyecto.

Esta persona responsable debe estar alineada con los objetivos de sostenibilidad establecidos y ayudar a que los demás trabajen en la misma dirección, además de controlar las buenas prácticas en toda la empresa.

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

Tus equipos deben **estar totalmente informados de tus objetivos de sostenibilidad** y del papel que le corresponde a cada uno de ellos para que tu marca pueda conseguirlo. Hacer que esto forme parte del plan de formación y desarrollo de tus empleados hará que obtengas mejores resultados.

En la actual era digital, los módulos de formación breves y adaptados para dispositivos móviles consiguen aumentar la participación y la retención, sea cual sea el contenido que se imparta. Por lo tanto, **compartir las buenas prácticas de sostenibilidad a través de módulos de formación cortos e interactivos** que, además, tu equipo pueda consultar desde su propio móvil, te ayudará a conseguir una mayor aceptación y unos resultados más rápidos.

Flow Learning de MAPAL cuenta con una extensa biblioteca de recursos de formación que siempre se van actualizando y que puedes consultar, asignar y monitorizar en función de cada puesto de trabajo.

Además, también puedes crear cursos personalizados que se adapten a tus necesidades concretas. Flow se integra fácilmente con el resto de tus sistemas de RR.HH. para que la gestión y la experiencia de los empleados sea totalmente fluida.

Actualmente nuestra biblioteca ya incluye módulos sobre diversidad e inclusión, prevención de la explotación laboral, acoso sexual y toda una serie de módulos de cumplimiento sobre salud y seguridad alimentaria. Como cada empresa tiene su propia estrategia, muchas marcas que trabajan con nosotros también diseñan sus propios módulos.

Como hemos visto, la sostenibilidad abarca casi todas las áreas de tu negocio. Aunque generar cambios no sea sencillo ni algo que se produzca de la noche a la mañana, hay que tener en cuenta que las personas que trabajan en tu empresa son tu futuro, así que formarlas y cuidarlas hará que tu negocio siempre esté en buenas manos. La tecnología es vital para ayudarte a medir, monitorizar y mejorar. Si quieres conocer más detalles sobre cómo nuestra suite de soluciones de back-office para la hostelería puede ayudarte a ser más sostenible, visita www.mapal-os.com/es.



¿QUIERES MÁS INFORMACIÓN?



www.mapal-os.com/es