



El futuro de los viajes de lujo

El imperativo de la sostenibilidad

La sostenibilidad como prioridad para el viajero de lujo

El interés de los viajeros de lujo por la sostenibilidad va en aumento, y los efectos se están haciendo notar en toda la industria, con un importante impulso hacia destinos comprometidos con proteger el medio ambiente, preservar los recursos autóctonos, su cultura, y beneficiando a las economías locales—por no hablar de la industria en su conjunto. En una encuesta reciente de Virtuoso, el 74% de los viajeros dijeron que estaban dispuestos a pagar más por viajar de manera responsable, especialmente si está claro cómo se usará el dinero. Las relaciones con los agentes de lujo también tuvieron una importante influencia, ya que los encuestados indicaron que las recomendaciones de asesores confiables los animarían a viajar de forma más sostenible.

En este segundo artículo sobre tendencias de viajes de lujo nos centraremos en lo que el creciente interés en sostenibilidad significa para la industria, y lo que pueden hacer las empresas de viajes y hotelería para ayudar a atraer a este importante mercado.

Un mercado en auge: el ecoturismo de lujo

Cuando se trata de viajes sostenibles, no es de extrañar que los viajeros de alto poder adquisitivo quieran tener un alojamiento, alimentación y transporte de cinco estrellas; experiencias personalizadas únicas en lugares "exóticos"; y experiencias de viaje que ayudan a preservar y beneficiar a la tierra, las comunidades y a la vida silvestre. Esto puede ser tan simple como reservar un hotel ecológico o verde, o intencionado como ser voluntario en un programa inmersivo de un proyecto de conservación. Para las marcas de viajes de lujo, las oportunidades para entrar en este mercado, y para combinar sostenibilidad y lujo, pueden darse de varias formas.

- **Accor**, que opera resorts y marcas vacacionales en 110 países, es miembro de la Alianza para la Hospitalidad Sostenible, una red global de sostenibilidad cuyos miembros representan el 25% de la industria. El grupo hotelero financia la plantación de árboles con dinero ahorrado gracias a la reducción de la utilización del agua y uso de energía, amuebla sus hoteles con materiales reciclados y respetuosos con el medio ambiente, y se abastece de alimentos de

proveedores sostenibles o con sus propios huertos orgánicos.

- **Aman Resorts**, un operador de propiedades de lujo con sede en Suiza y presencia en 20 países, es miembro del Consejo de Turismo Sostenible Global (GSTC), cumpliendo con criterios como la consideración del patrimonio cultural local, la economía; protección del medio ambiente; y responsabilidad social en cada uno de los aspectos del desarrollo de sus operaciones hoteleras.

- **Fogo Island Inn**, situado en una isla de Terranova, inaugurado hace una década, ofrece una experiencia de hospitalidad de lujo basada en valores centrados en la comunidad. La posada ultra premium es propiedad de Shorefast (entidad sin fines de lucro), que se dedica a hacer posible que las comunidades locales prosperen en la economía global, haciendo foco en asegurar el futuro cultural y económico de la isla de Fogo. De acuerdo con con la misión de Shorefast, el 100% de los excedentes de la explotación de la posada se devuelven a la comunidad local para la reinversión y realizar trabajos de desarrollo.
- **Habitas**, un grupo de nueve resorts con propiedades en Arabia Saudita, Marruecos, México, Namibia y Estados Unidos ofrece experiencias lujosas al viajar en sitios basados en el desarrollo sostenible, incluida su conferencia Leadershift, “con líderes globales que buscan empoderar culturas, sistemas, nuevos modelos de negocio y proyectos en los que todos los seres vivos pueden prosperar”. La empresa también elige métodos de construcción que minimicen el impacto ambiental, se compromete a eliminar plásticos de un solo uso, compra compensaciones de carbono y trabaja con organizaciones locales para reciclar y hacer compost con los residuos.
- **El Hotel Magdas** en Viena se anuncia a sí mismo como el primer hotel social de negocios de Austria, combinación de empresa social y diseño ultra reciclado para ofrecer una experiencia de viaje sostenible distintiva. El hotel entrena y emplea a antiguos refugiados, inmigrantes, y a otros profesionales de múltiples nacionalidades; amuebla sus habitaciones con muebles reciclados de mediados de siglo; y alimenta su edificio con energía geotérmica y energía solar. Los pasajeros que llegan en bicicleta o transporte público reciben un 10% descuento.
- **One&Only** opera una galardonada red de resorts de lujo y aparts privados de alta gama en 11 países, cada uno de los cuales ofrece actividades y experiencias de conciencia sostenible, desde “encuentros con Gorilas, deportes acuáticos y tratamientos de bienestar chamánico”.



Las propiedades individuales tienen sus propios enfoques de sostenibilidad, entre los que se incluyen la protección de las tortugas marinas en las Maldivas y dar empleo a antiguos cazadores furtivos.

Múltiples beneficios para las marcas de lujo

Si bien hay muchas formas para que las marcas de hospitalidad y viajes impulsen la sostenibilidad, las que mejor funcionan para atraer a los cada vez más consumidores de lujo eco-conscientes, son incorporar la sostenibilidad en el desarrollo de sus operaciones, y hacer un esfuerzo consciente para entregar simultáneamente lujo mientras que se hace una real diferencia para la población local, su cultura y el medio ambiente.

Deloitte cuenta con una sólida trayectoria en el asesoramiento a proveedores de viajes de lujo, con amplia experiencia en el desarrollo de estrategias, potenciando innovaciones digitales, y la colaboración con proveedores locales.

Para obtener ideas prácticas sobre cómo generar más opciones sostenibles, desde atraer una fuerza laboral diversa hasta limitar el uso del agua, la gestión de la electricidad y el abastecimiento a nivel local, lea el artículo sobre sostenibilidad en viajes, luego vea la tercera y última nota sobre la hiperpersonalización en el mercado de viajes de lujo.

Deloitte se refiere a una o más entidades de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), su red global de firmas miembro y sus sociedades afiliadas a una firma miembro (en adelante “Entidades Relacionadas”) (colectivamente, la “organización Deloitte”). DTTL (también denominada como “Deloitte Global”) así como cada una de sus firmas miembro y sus Entidades Relacionadas son entidades legalmente separadas e independientes, que no pueden obligarse ni vincularse entre sí con respecto a terceros. DTTL y cada firma miembro de DTTL y su Entidad Relacionada es responsable únicamente de sus propios actos y omisiones, y no de los de las demás. DTTL no provee servicios a clientes. Consulte www.deloitte.com/about para obtener más información.

Esta comunicación contiene solamente información general y ni Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), su red global de firmas miembro o sus Entidades Relacionadas (colectivamente, la “organización Deloitte”) está, por medio de esta comunicación, prestando asesoramiento profesional o servicio alguno. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar sus finanzas o su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado.

No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícita ni implícita) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación, y ni DTTL, ni sus firmas miembro, Entidades Relacionadas, empleados o agentes será responsable de cualquier pérdida o daño alguno que surja directa o indirectamente en relación con cualquier persona que confíe en esta comunicación. DTTL y cada una de sus firmas miembro y sus Entidades Relacionadas, son entidades legalmente separadas e independientes.