

# Sostenibilidad Medioambiental y Marketing Hotelero

Un informe de JupiterResearch llamado 'Green Online Travellers' hace un detallado estudio sobre el interés de los viajeros hacia el impacto medioambiental de los hoteles y los destinos turísticos, y en especial sobre los viajeros que reservan sus viajes en Internet.

Dicho estudio afirma que el 42% de los clientes online muestra inquietudes respecto al medio ambiente, y que existe un núcleo duro que consiste en un nicho del 7% para los cuales la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente determina su decisión de compra.

Efectivamente se trata de un nicho minoritario, pero la determinación de sus preferencias es una llamada al cielo sobre el tipo de propuestas que dicho segmento espera recibir.

Estamos en una etapa de redefinición y atomización de los segmentos de clientes. Este hecho mas que una complejidad se convierte en un facilitador a la hora de orientar nuestras acciones. Siempre que tengamos claramente establecidos cuales son los nichos correspondientes a nuestro establecimiento y para los cuales nuestro establecimiento está perfectamente dotado para satisfacer sus expectativas.

Estas actitudes tan definidas por parte de los clientes hacen que nuestra tarea de captación y fidelización sea mucho más fácil y efectiva.

Ante este hecho, y con una marcada orientación al cliente, es decir productos hoteleros que evolucionan o se desarrollan teniendo como premisa las preferencias, gustos y valores de los nichos a los que están enfocados, se han desarrollado interesantes proyectos, algunos de ellos, clientes nuestros como son Ecotrotters y EcoTulum Resorts & Spa.

Ecotrotters es una Comunidad de Eco-Viajeros donde comparten experiencias que permiten al resto de miembros de la comunidad planificar sus viajes. Además fomenta la co-creación fomentando entre los usuarios la participación que es trasladada en forma de valor añadido y servicios complementarios para los hoteles.

EcoTulum es un Grupo Hotelero con establecimientos Boutique en la Riviera Maya, en los cuales su principal premisa es el respeto por el medio ambiente y las personas. Efectivamente, el concepto boutique puede ser a la vez sostenible.

La clasificación de los hoteles y los destinos turísticos en base a su grado de Respeto por el Medioambiente ha sido bien resuelto en un sitio Web que se acaba de lanzar, Whole Travel, donde se ha creado un ranking hotelero en base a:

- Política medioambiental, o prácticas que se desarrollan con este fin.
- Gestión energética y económica.
- Política Social y Cultural.
- Interacción con el Cliente.

Más información sobre dicho ranking puede verse en la Página Web de la Fundación de Wholetravel, como no, creada para promover la sostenibilidad de los destinos turísticos.



Creo que en dichos proyectos, y otros muchos que ya existen en el mundo, hay una poderosa y bonita combinación:

1. Respeto por nuestro planeta.
2. Orientación al Cliente.
3. Actitud filantrópica.
4. Marketing Efectivo.
5. Rentabilidad.

Cuatro elementos que no veo combinados en su totalidad en muchas de las empresas que aparecen a diario en las noticias por su política medioambiental.

suscripción rápida

con un 'click'

## Otros artículos que le pueden interesar:

### Suavizar el impacto del COVID en la Gestión de Ventas de un Hotel

[Read More](#)



## Los errores mas comunes del Liderazgo

[Read More](#)

## Liderazgo en una crisis: respuesta de un buen director de hotel al brote de coronavirus

[Read More](#)

## El Branding, o Crear una Marca Hotelera que marque la diferencia

[Read More](#)