



Isabel Coderch, gerente de www.restaurantessostenibles.com, en un momento de la exposición.

La sostenibilidad en hostelería; contexto y claves de un nuevo modelo a seguir

04-02-2015

Que la sostenibilidad en el sector de la hostelería, como en cualquier otro ámbito, es ya casi condición *sine qua non* para afrontar el futuro, está claro; el por qué y el cómo pueden afrontar las empresas un giro hacia esa sostenibilidad es el tema que se abordó en el seminario dedicado a la restauración sostenible organizado dentro del marco de la recientemente celebrada feria Horeq.

El pasado 29 de enero se celebró en Madrid, dentro del marco del salón Horeq, un seminario sobre eficiencia energética y restauración sostenible, organizado por www.restaurantessostenibles.com. La primera parte estuvo destinada a analizar el concepto de la restauración sostenible y cómo introducirse en dichas prácticas; la segunda a la actualidad relacionada con la necesidad de renovar los equipos de cocina para su mayor contribución a la eficiencia energética; y finalizó la jornada, con una mesa redonda, en la que participaron empresas de hostelería, que ya se significan en las buenas prácticas de sostenibilidad y de cuyos proyectos iremos informando.

Me gustaría detenerme en este artículo, en los argumentos de la exposición de **Isabel Coderch**, gerente de www.restaurantessostenibles.com, quién centró muy claramente el tema, explicando el por qué de la absoluta necesidad de caminar hacia una restauración sostenible y cómo se puede enfocar el tema desde el punto de vista de las empresas.

Aspectos como la sobreexplotación de los recursos naturales, la disminución de la biodiversidad, la contaminación de los recursos naturales, las emisiones de gases de efecto invernadero o las relaciones comerciales injustas hacen que la sociedad cada vez valore más los aspectos relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas; es por eso que se demanda un estilo de restauración sostenible, es decir, un modelo ambiental y socialmente respetuoso que, por otra parte puede ser beneficioso económicamente para los establecimientos (cabe destacar que, a pesar de la crisis económica, en 2014 las marcas sostenibles han aumentado su facturación en un 7%).

Por parte de la sociedad, consecuencia de esa preocupación creciente por la sostenibilidad son el auge de movimientos como el *slow food*, la biocultura, las distintas asociaciones de consumidores, etc. Por otra parte, que la restauración sostenible es ya un camino imparabile y sin retorno lo demuestra el hecho de que diferentes entidades y organismos europeos están totalmente decididos a seguir por él.

Actuar sobre el producto, sobre las personas y sobre el planeta

El tema de la sostenibilidad se puede enfocar desde tres puntos de vista que deben abordarse de forma sinérgica en las empresas de restauración: actuar sobre los productos, sobre las personas y sobre el planeta.

Respecto a los productos se debe apostar por aquellos que sean de proximidad y de temporada, de producción ecológica, respetando el bienestar animal, procedentes de una pesca sostenible y de un comercio justo. Por otra parte, cada vez existen más organismos que pueden certificar el origen de estos productos.

Respecto al planeta, se deben establecer sistemas de mejora relacionados con los suministros; la logística (optimización de rutas, cargas, compras, vehículos...); la gestión de los residuos (hay que revalorizar las sobras y gestionar mejor los envases y embalajes); y la adecuación de los locales (energía gastada durante el cocinado, climatización, los lavavajillas, la luz, los equipos de refrigeración, etc. Hoy sabemos que se despilfarran cantidades importantes de energía y de agua (hasta un 20%) por falta de medidas de vigilancia, de control y de buenas prácticas de trabajo. Por ejemplo, del 4 al 10% de las compras de la hostelería acaba en la basura antes de ser usado y, lo que es peor, cada kg de comida en la basura equivale a 9,3€ perdidos y a 2-4 kg. de CO2 generados.

Por último, respecto a las personas, se deben confeccionar menús saludables, con alimentos de temporada; establecer campañas de comunicación hacia comensales y clientes; establecer unas relaciones laborales justas y flexibles; y participar en acciones sociales, de manera que se perciba que el establecimiento es mucho más que un servicio de comidas excelentes y anime a los comensales a participar de una experiencia más global y comprometida.



Félix Martínez licenciado en Veterinaria. Experto en formación en inocuidad e higiene de los alimentos y en gestión de la calidad. Especialista en restauración colectiva y divulgador. Es autor de '[El libro negro de la seguridad alimentaria](#)', editado por RCBooks. @: felmargar@gmail.com. ([Todos los artículos](#)).