

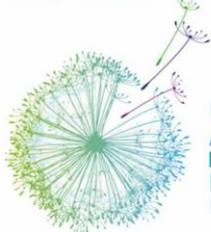
#HOTELFORUMCSHG



I FORO HOTELEIRO
DE TURISMO
DE GALICIA

Centro Superior de Hostelería de Galicia

Sostenibilidade e Revenue Management



2017
AÑO INTERNACIONAL
DEL TURISMO SOSTENIBLE
PARA EL DESARROLLO



24 ABRIL

JAIME CHICHERI - eREVENUE MASTERS | JAVIER SERRANO - STR Spain & Portugal | MAURO LOMBA - Arquitecto / CORALIA PINO - ITH | DAVID MADRIGAL - Paraty Tech | SALETA GONZÁLEZ - Equilátero Consultores | DIEGO FERNÁNDEZ - PALLADIUM HOTEL GROUP | JESÚS RODRIGUEZ MASEDA - HORWATH HTL

galicia
o bo camiño



“Recomendaciones para definir el protocolo de sostenibilidad de mi hotel”

Saleta González Pimentel

Equilátero Desenvolvemento Sostible Consultores

606 128 293 saleta@equilaterodsc.com



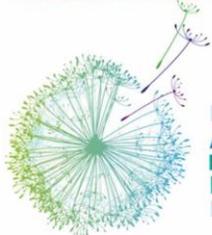
#HOTELFORUMCSHG



I FORO HOTELEIRO
DE TURISMO
DE GALICIA

Centro Superior de Hostelería de Galicia

Sostenibilidade e Revenue Management



2017
AÑO INTERNACIONAL
DEL TURISMO SOSTENIBLE
PARA EL DESARROLLO



24 ABRIL

JAIME CHICHERI - eREVENUE MASTERS | JAVIER SERRANO - STR Spain & Portugal | MAURO LOMBA - Arquitecto / CORALIA PINO - ITH | DAVID MADRIGAL - Paraty Tech | SALETA GONZÁLEZ - Equilátero Consultores | DIEGO FERNÁNDEZ - PALLADIUM HOTEL GROUP | JESÚS RODRIGUEZ MASEDA - HORWATH HTL

galicia
o bo camiño



I. REFERENCIA DE SOSTENIBILIDAD

II. SOSTENIBILIDAD COMO REFERENTE COMPETITIVO

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?



I. REFERENCIA DE SOSTENIBILIDAD

- Trabajo a largo plazo: Eficiencia
- Producción eficiente: cuidado de proveedores
- Consumo eficiente: cuidado de consumidores
- Reciclado de residuos
- Trabajo en equipo: participación, accesibilidad, igualdad, simbiosis...
- Cuidado de futuras generaciones y del entorno

“Satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones” Informe Brundtland



II. SOSTENIBILIDAD COMO REFERENTE COMPETITIVO

La estrategia empresarial **hasta la década de los ochenta**, centraba sus esfuerzos en **detectar las necesidades** del mercado y posteriormente dotarse de la capacidad técnica o tecnológica precisa para **satisfacerlas**.

**Una Coca-Cola
y una sonrisa.**

Coca-Cola da más chispa.

Coca-Cola

¡Sensación de Vivir!

www.todocoleccion.net

El sabor de lo auténtico,
el sabor real que pide la vida.
Coca-Cola lo tiene.

La chispa de la vida

Coca-Cola

¡Coca-Cola es así!

**Coca-Cola
le da más vida...
al fútbol.**

FANTA

80 ...

<https://www.cocacolaespana.es/>

<https://www.cocacola.es/>

II.SOSTENIBILIDAD COMO REFERENTE COMPETITIVO

Ante el fenómeno de la **globalización**, cada vez es más difícil competir en el mercado por lo que, en ese contexto, mantener las riendas empresariales a largo plazo requiere **DIFERENCIARSE DE LA COMPETENCIA**, esto es, ofrecer **PRODUCTOS DE VALOR AÑADIDO EXCLUSIVOS**.

Evolución de los envases 1899-2007



Coca-Cola

A partir del 2009...

Coca Cola lanza su envase ecológico **PlantBottle**.

Innovación aplicada a la sostenibilidad.



La botella es **100% reciclable**, elaborada con materias primas a base de caña de azúcre..

2009

<https://www.cocacola.espana.es/>

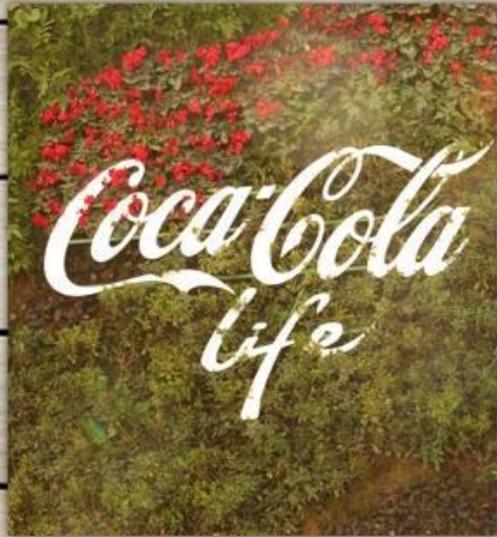
2010 ECO COKE BOTTLE: la Botella Ecológica de COCACOLA



El diseñador coreano Andrew Kim es el creativo detrás de este proyecto y le crea una nueva cara a esta bebida emblemática

2010

<https://www.cocacola.es/>



<https://www.cocacola.es/>

<https://www.cocacolaespana.es/>

2013



Coca-Cola España y el WWF (Fondo Mundial da Vida Salvaxe) Filipinas se asociaron para desenvolver este **outdoor** que representa o compromiso de ambas organizacións para lograr un impacto positivo sobre o **medio ambiente**.

El cartel de 60×60 metros está hecho de **materiales sostenibles y reciclables** y está cubierto con 3.600 tiestos con plantas de té de Fukient que ayudan a limpiar la atmósfera.

Cada **tiesto** se hizo a partir de **botellas recicladas** de Coca-Cola, y cada una contiene una mezcla hecha de subproductos industriales y fertilizantes orgánicos.

Cada **planta** puede absorber hasta 13 libras de CO₂, por lo que un mismo cartel podría **absorber un total de 46,800 libras de CO₂**. En cuanto al mantenimiento, la cartelera emplea **micro-riego** para asegurar la distribución eficiente del agua.

2014

<https://www.coca.es/>

<https://www.coca.es/>
Spend less time banking with
BPI 24/7 BANKING
ONLINE • PHONE • MOBILE
BPI Express Mobile



Agua

Nuestro objetivo

Minimizar nuestro impacto sobre el agua y compensarlo contribuyendo a la conservación de ecosistemas vulnerables

Nuestros compromisos

Proteger nuestras fuentes de agua, evaluando su vulnerabilidad y promoviendo la reducción de su consumo en nuestra cadena de suministro

Compensar nuestro impacto, reponiendo a la naturaleza el 100% del agua contenida en nuestros productos



Clima

Nuestro objetivo

Contribuir al esfuerzo global para luchar contra el cambio climático

Nuestros compromisos

Analizar nuestra huella de carbono

Reducir nuestros consumos de energía un 30% (vs. 2010) y las emisiones de gases de efecto invernadero un 25% (vs. 2010)

Adaptarnos con antelación a los efectos del cambio climático

COMPROMETIDOS CON EL PLANETA

En Coca-Cola trabajamos cada día para minimizar nuestra huella ambiental. Miramos el horizonte de 2020 como una compañía comprometida con el Planeta y establecemos una estrategia global que incluye acciones sobre nuestros cuatro pilares: agua, envases, agricultura sostenible y clima



Envases

Nuestro objetivo

Utilizar envases más respetuosos con el medio ambiente y reducir la generación de residuos en nuestras operaciones

Nuestros compromisos

Poner en el mercado envases más sostenibles

Recuperar el 75% de nuestros envases y asegurar que son 100% reciclables

Reducir nuestra generación de residuos aplicando criterios de economía circular



Agricultura sostenible

Nuestro objetivo

Extender nuestro compromiso ambiental a nuestros proveedores agrícolas y a nuestra cadena de suministro

Nuestros compromisos

Establecer requisitos ambientales al 100% de nuestros proveedores

Asegurar que el 100% de nuestros ingredientes provengan de agricultura sostenible

Incentivar a nuestros proveedores y favorecer la innovación en materia ambiental



Agua Envases Clima Agricultura
Captura estos códigos BIDI con tu teléfono o tableta y accede a más información sobre nuestros proyectos medioambientales.

2016

<https://www.cocacola.es/>
<https://www.cocacola.es/>

Coca-Cola impulsa la agricultura sostenible con la 'Guía Fanta de buenas prácticas sostenibles en cultivo de cítricos'

12 VENTAJAS QUE OFRECE LA GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS DE FANTA

1. Minimización de costes 	2. Cosechas mayores, más eficientes y rentables 	3. Reducción de huella de CO ₂ 	4. Menor huella hídrica 
5. Mejores condiciones de polinización 	6. Mayor disponibilidad de nutrientes y de materia orgánica 	7. Mayor eficiencia en el consumo de agua 	8. Menores costes de fertilización 
9. Ahorro en combustibles 	10. Mejor gestión y conservación del suelo 	11. Mayor confianza en el producto 	12. Mayor competitividad 



2016



<https://www.cocacola.es/>
<https://www.cocacola.es/>

II.SOSTENIBILIDAD COMO REFERENTE COMPETITIVO

¿Qué es un
**componente
competitivo o ventaja
competitiva?**

Una característica de la empresa que la **diferencia de la competencia** directa dentro de su sector.

Ophrys scolopax Cavanilles

Atrae a los polinizadores mediante “engaño sexual” imita las hembras de las abejas

II.SOSTENIBILIDAD COMO REFERENTE COMPETITIVO

¿Cómo puede una empresa considerar la **sostenibilidad como un componente competitivo?**

Pasando de tener una estrategia empresarial cortoplacista a una **estrategia a largo plazo**.
Considerando **beneficios empresariales a largo plazo**:
teniendo en cuenta **aspectos sociales, económicos y ambientales** en su plan de empresa.

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?



El camino hacia la sostenibilidad debe realizarse con avances en todos los aspectos que nos competen para generar un sistema, **ecosistema hotelero compensado, sostenible**

II. SOSTENIBILIDAD COMO REFERENTE COMPETITIVO

En otras palabras

- Mejora de la percepción social de la empresa
- Posicionamiento global
- Relación con el entorno
- Acesibilidad universal
- Igualdad

- Eficiencia de consumos y emisiones
- Reducción de impactos negativos
- Generación de impactos positivos
- I+D+i
- Ahorro económico



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

1 FIN DE LA POBREZA 	2 HAMBRE CERO 	3 SALUD Y BIENESTAR 	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD 	5 IGUALDAD DE GÉNERO 	6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO
7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE 	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 	10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES 	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES
13 ACCIÓN POR EL CLIMA 	14 VIDA SUBMARINA 	15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES 	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 	 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?



**NUESTRO
ENTORNO DE
TRABAJO**

- Consumos y Emisiones:** todo lo que suponga uso y gestión de recursos, residuos, excedentes...
- Aspectos sociales:** personal propio y clientes
- Relaciones con el entorno:** local, medio ambiente, instituciones, otras empresas
- Comunicación:** interna y externa

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?



NUESTRO ENTORNO DE TRABAJO

1_SEDE: INFRAESTRUCTURA DEL HOTEL

2_ADMINISTRACIÓN Y LOGÍSTICA

3_MOVILIDAD Y TRANSPORTE

4_RESTAURACIÓN

5_RESIDUOS

6_ENTORNO

7_ASPECTOS SOCIALES

8_COMUNICACIÓN

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?

PROTOCOLO DE
SOSTENIBILIDAD

4. PROPUESTAS

5. POLÍTICA DE
SOSTENIBILIDAD

3. RESULTADO

PRIORIDAD DE
ACTUACIÓN TEMPORAL Y
ECONÓMICA

2. DIAGNÓSTICO

1. DEFINICIÓN
DE ASPECTOS

COMUNICACIÓN

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?

1. DEFINICIÓN DE ASPECTOS

SEDE

A nuestra instalación hotelera

Dirección
Personal del hotel

Impactos económicos,
positivos, negativos..

¿A qué nos referimos?

¿Implicados?

¿Qué impacto causa?

ENTORNO

Al entorno que rodea nuestro establecimiento tanto físico como institucional

Dirección
Personal del hotel
Espacios naturales
Ayuntamiento
Tejido asociativo
ONG'S

ASPECTOS SOCIALES

A la relación con los empleados y clientes

Dirección
Personal del hotel
Clientes

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?

1. DEFINICIÓN DE ASPECTOS

2. DIAGNÓSTICO

CHECK LIST

Construcción

Iluminación

Calefacción

Climatización

Agua

Equipos y

maquinaria

.....

INDICADORES

SEDE

¿Tenemos un auditoría energética?

¿Conocemos la facturación y consumos?

¿Hay sistemas de ahorro y EE ?

¿Hay placas solares ACS o caldera de biomasa?

¿Tenemos bien aisladas puertas y ventanas?

¿Los equipos funcionan correctamente?

¿Hay protocolos de mantenimiento?

¿Hay consumo fantasma?

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?

2. DIAGNÓSTICO

CHECK LIST

Espacio Natural
Bien de Interés
Cultural
Ayuntamiento
ONG
Asociaciones
.....

INDICADORES

ENTORNO

- ¿Tenemos algún espacio natural/BIC cercano?
- ¿Nuestros clientes interactúan con los espacios naturales / BIC cercanos?
- ¿Informamos sobre estos espacios a los clientes?
- ¿Incluimos aspectos culturales ?
- ¿Tenemos alguna relación con las instituciones locales?
- ¿Estamos integrados en la política municipal?
- ¿Colaboramos en la estrategia de promoción turística municipal o comarcal?

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?

2. DIAGNÓSTICO

CHECK LIST

Trabajadores

Clientes

Accesibilidad

Universal

Igualdad

Alimentación

.....

INDICADORES

ASPECTOS SOCIALES

¿Hay algún sistema de comunicación interna/externa?

Buzón sugerencias, reuniones..

¿Hay plan de igualdad?

¿Hay plan de conciliación?

¿Hay accesibilidad universal?

¿Está señalizado con criterios universales?

¿Tenemos prioridad en la contratación local?

¿Hay Plan de contratación a personas con discapacidad?

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?

1. DEFINICIÓN DE ASPECTOS

2. DIAGNÓSTICO

3. RESULTADOS

INDICADORES

SEDE

- 0 Auditorías energéticas
- Consumo de xx **kw/año**
- Emisión de xx **T/CO₂ año**
- Emisión de xx **T/residuos/año**
- 0 unidades detectores de presencia
- 50% unidades** instalación alumbrado bajo consumo
- 20% unidades** ventanas mal aisladas

-....

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?

1. DEFINICIÓN DE ASPECTOS

2. DIAGNÓSTICO

3. RESULTADOS

INDICADORES

ENTORNO

- 2 Espacios naturales protegidos a <de 5 km
- 4 BIC en el entorno
- 0 Campañas informativas sobre la conservación del patrimonio natural
- 0 Participaciones en las campañas turísticas del ayuntamiento
- 1 Campaña de interés social
- 0 Actividades de compensación de emisiones de CO₂

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?

1. DEFINICIÓN DE ASPECTOS

2. DIAGNÓSTICO

3. RESULTADOS

INDICADORES

ASPECTOS SOCIALES

- 1 Plan de igualdad
- 0 Colaboración con agricultores locales
- 1 Menú para personas con intolerancia
- 1 Sistema de señalización adaptado para personas con resto visual o ciegas
- 1 Carta en Braille
- 1 Habitación adaptada para personas con dificultad de movilidad
- 1 Plan de conciliación laboral para empleados con personas a su cargo

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?

1. DEFINICIÓN DE ASPECTOS

2. DIAGNÓSTICO

3. RESULTADOS

4. PROPUESTAS

SEDE

1 Auditoría
energética

ENTORNO

1 Actividad de
compensación
de emisiones
de CO2

ASPECTOS SOCIALES

1 Habitación
adaptada para
personas con
dificultades de
movilidad

PRIORIDAD DE
ACTUACIÓN
TEMPORAL Y
ECONÓMICA

DECISIÓN

Ahorro económico

Gestión interna

Gestión externa

Dotación económica

Demandada

Comunicable

III. ¿CÓMO TRABAJAMOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD?

1. DEFINICIÓN DE ASPECTOS

2. DIAGNÓSTICO

3. RESULTADOS

4. PROPUESTAS

5. POLÍTICA DE
SOSTENIBILIDAD

PÚBLICO

Manifiesto en el que se comunica públicamente el **compromiso del hotel con la sostenibilidad**, concretando las acciones realizadas y a realizar en aspectos sociales, económicos y medioambientales.

POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

Estamos convencidos que la empresa es como un organismo vivo que necesita continuamente **adaptarse al medio, y evolucionar con él** para poder sobrevivir. Para así conseguirlo, es imprescindible estar atento a este entorno y para ello lo mejor es **escuchar a todos nuestros grupos de interés.**

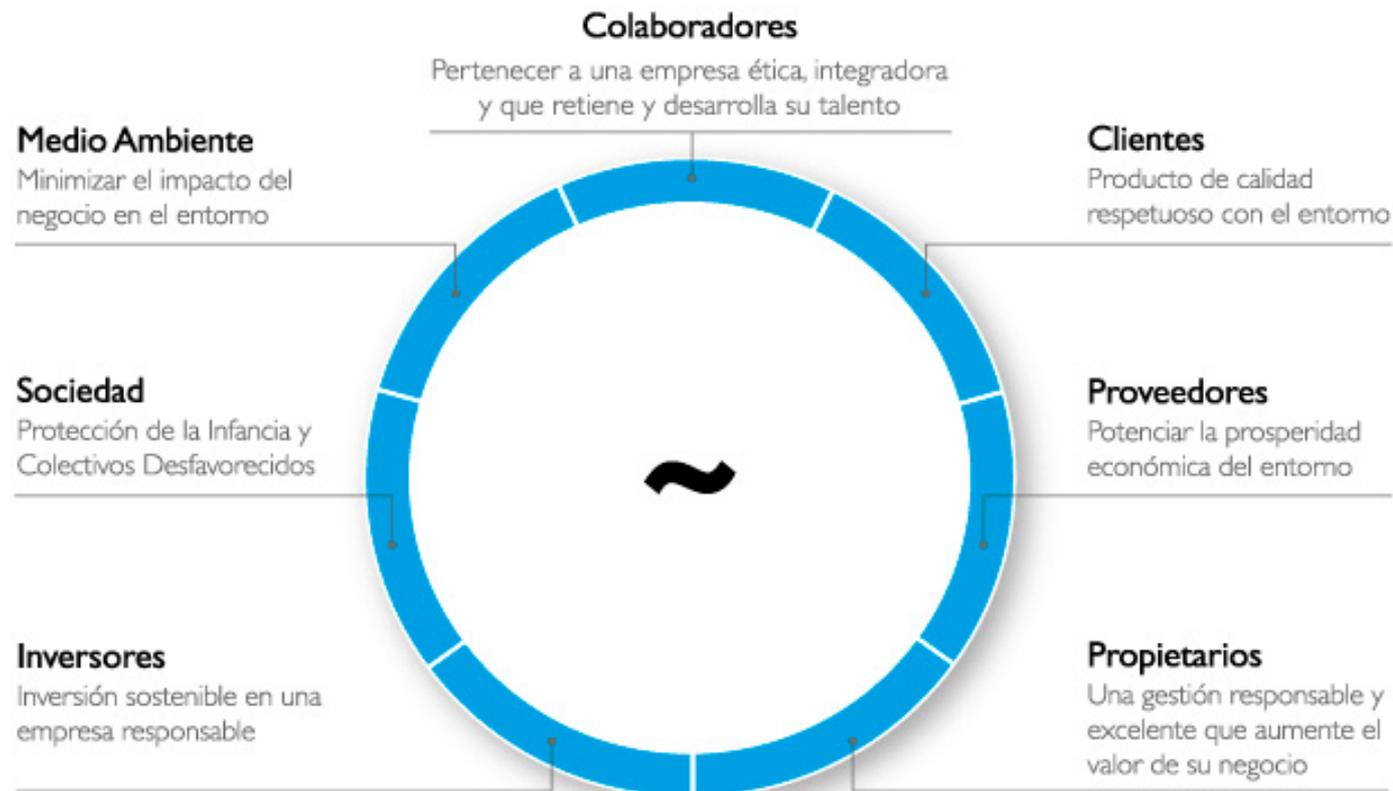
En segundo lugar, nuestro compromiso es también **social**. Entendemos que nuestra actividad será sostenible si somos capaces de hacer una **contribución a la reducción de las diferencias sociales, y a la disminución de la pobreza a través de oportunidades de crecimiento económico mutuo**

Por último, en tercer lugar y no menos importante, estamos **comprometidos en la conservación del patrimonio cultural** tangible e intangible de las comunidades en que operamos

INTEGRACIÓN EN LA CADENA DE VALOR

Meliá Hotels International plantea su estrategia en Sostenibilidad como eje vertebrador del negocio, de forma transversal a lo largo de toda su cadena de valor con el objetivo de satisfacer las expectativas de sus grupos de interes.

La incorporación de la Sostenibilidad en Meliá Hotels International implica, en muchos casos, abordar nuevas maneras de colaborar con proveedores y propietarios, de relación con clientes, colaboradores y la sociedad en general.



POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

El compromiso de NH Hotel Group es ofrecer **servicios sostenibles, consistentes y eficientes para nuestros clientes, accionistas, proveedores, empleados y la sociedad.** La Compañía trabaja para cumplir con su compromiso de integrar la gestión responsable del negocio en el ámbito económico, social y medioambiental, con la voluntad de ser la empresa de referencia en Responsabilidad Corporativa del sector

ESTRATEGIA SOSTENIBILIDAD NH HOTEL GROUP

RESULTADOS 2015



CONSUMO DE ENERGÍA

-29 %

2007: 70.10 kWh / habitación y noche

2015: 50.44 kWh / habitación y noche

Objetivo 2018: 47.4 kWh / habitación y noche



EMISIONES DE CO2

-72 %

2007: 21.52 Kg CO2/ habitación y noche

2015: 6.14 Kg CO2/ habitación y noche

Objetivo 2018: 6.00 Kg CO2/ habitación y noche



CONSUMO DE AGUA

-31%

2007: 432.41 l. / habitación y noche

2015: 301.00 l. / habitación y noche

Objetivo 2018: 298 l. / habitación y noche



HOTELES ECO CERTIFICADOS

+ 102

2007: 25 hoteles certificados

2015: 127 hoteles certificados

Objetivo 2018: 150 hoteles certificados

<https://www.nh-hotels.es/corporate/es/compania-responsible-y-sostenible/sostenibilida>

Huella de carbono

Las **Eco-Friendly Meetings**, propuesta de NH Meetings para eventos de empresa permite al cliente **organizar reuniones neutras en emisiones, compensando** este impacto mediante el apoyo a proyectos de desarrollo sostenible y cambio climático.



<https://www.nh-hoteles.es/corporate/es/compania-responsable-y-sostenible/sostenibilidad>

Entre ellos encontramos **Fuel Switch Project en Brasil**, para **reducir las emisiones** de carbono de las fábricas de cerámica, **Fuel Efficient Cookstoves** en Uganda y **Kasigau Corridor REDD Project** en Kenia, ambos enfocados **en frenar la deforestación y la degradación de los bosques.**

GRACIAS POR LA ATENCIÓN PRESTADA



Saleta González Pimentel

saleta@equilaterodsc.com