



Estrategia de sostenibilidad

2024 - 2027

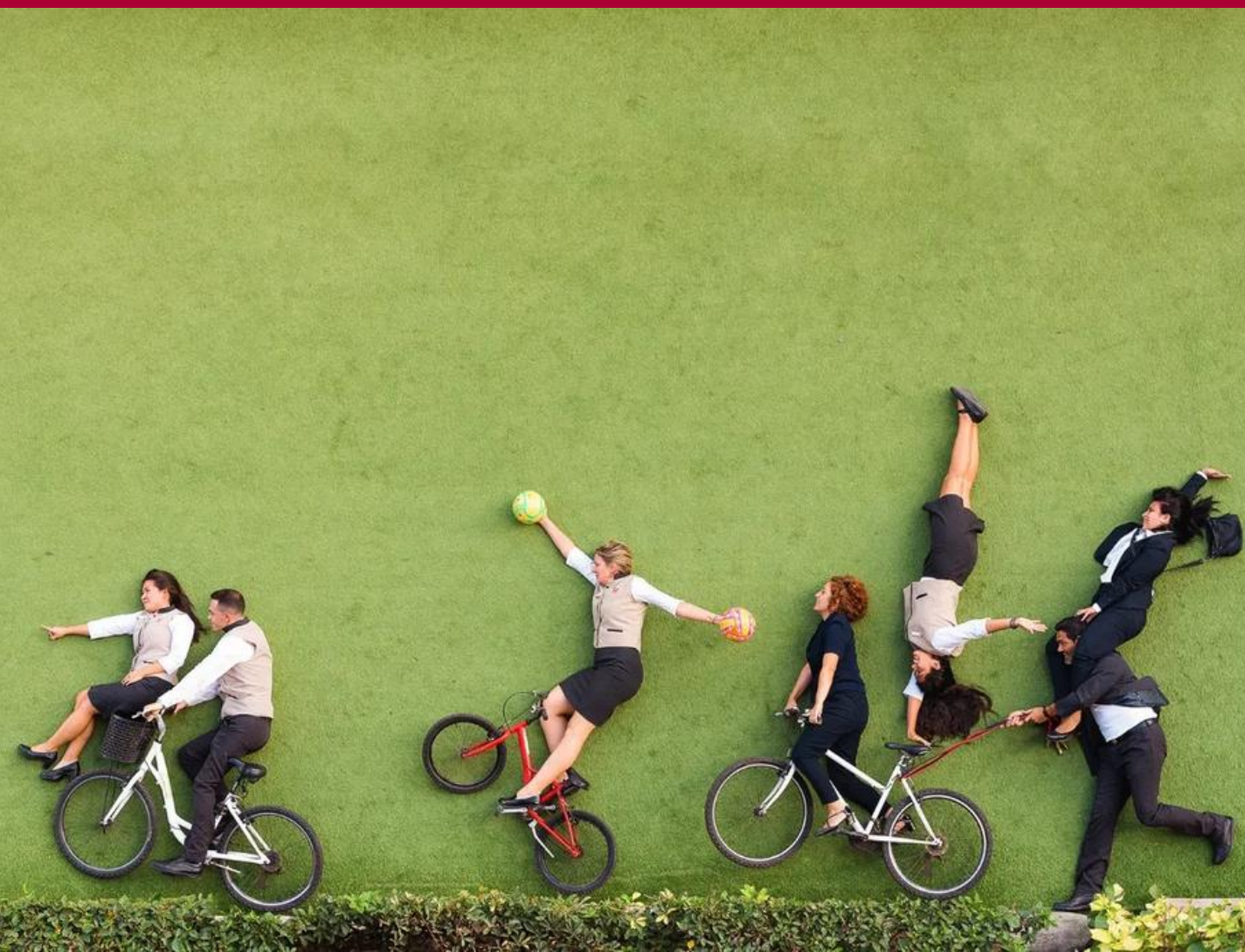


Contenido

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Introducción | 03 |
| 2 | Público Objetivo <ul style="list-style-type: none">• Análisis de perfiles y mapa de empatía. | 08 |
| 3 | El desarrollo sostenible en GF Hoteles <ul style="list-style-type: none">• Agenda 2030 (ONU).• Agenda 2030 Canarias.• Canvas de la sostenibilidad.• Los Objetivos de Desarrollo Sostenible en GF Hoteles.• Acciones propuestas por dimensión de la Agenda 2030 y grupo de interés.• Acciones propuestas según el eslabón de la Cadena de valor. | 18 |
| 4 | Plan de acción para 2024 – 2027 <ul style="list-style-type: none">• Resumen del compromiso por la sostenibilidad.• Fichas descriptivas de las acciones propuestas.• Cronograma. | 31 |

Anexos

- Alcance del trabajo realizado en la definición de la estrategia de sostenibilidad 2024 – 2027.
- Resumen de los talleres.
- Análisis de buenas prácticas.



Introducción

B GREEN LIFE

Estrategia de Sostenibilidad 2024 - 2027

Introducción

La estrategia de sostenibilidad 2024-2027 de GF Hoteles es el resultado de un análisis exhaustivo en el que ha participado una amplia representación de empleados y empleadas que conforman el equipo de profesionales de GF Hoteles. Personas con diversos perfiles, diferentes responsabilidades y provenientes de todos los establecimientos de GF Hoteles han contribuido con su visión, a definir una hoja de ruta alineada con la estrategia de negocio y los valores de la cadena.

Este plan de acción, con una perspectiva a cuatro años, se ha alineado con la Agenda Global de Naciones Unidas y la Agenda Canaria de Desarrollo Sostenible 2030, teniendo en cuenta no solo los desafíos a los que se enfrenta la cadena para seguir promoviendo el desarrollo sostenible, sino también los retos específicos que debe superar Canarias, tal como están definidos en dichas agendas, tanto a nivel global como local.

La estrategia se sustenta en tres ejes fundamentales:

- En primer lugar, en el centro de la Estrategia están las **personas**, y esta afirmación no carece de contenido. Para incorporar la perspectiva de cada tipo de público objetivo, se han utilizado metodologías ágiles, especializadas en el análisis de los distintos arquetipos de personas y sus expectativas, en relación al desarrollo sostenible.
- La **innovación** constituye el segundo pilar fundamental para garantizar el desarrollo de un modelo que facilite una respuesta eficiente por parte de GF Hoteles ante sus desafíos y compromisos, fortaleciendo, a la vez, su capacidad para adaptarse a un entorno económico y social en constante cambio.
- Finalmente, como tercer eje, destacan las **alianzas**, que buscan amplificar el impacto de las acciones y garantizar su perdurabilidad en el tiempo. Esto se logrará mediante la definición de un modelo de colaboración que involucra a diversos actores, tanto del sector público como del privado.

Dibujar esta hoja de ruta ha sido un trabajo emocionante y motivador para todas las personas involucradas en su definición, lo cual representa la continuidad del trabajo iniciado en la década de 2010 y a la primera Estrategia de Sostenibilidad 2018-2022 de GF Hoteles, que representó un notable ejercicio de transparencia y compromiso en materia de sostenibilidad por parte del Grupo.

Muchos años recorriendo el camino de la sostenibilidad

Aunque los principios del desarrollo sostenible han estado presentes en el modelo de negocio de **GF Hoteles** desde su nacimiento, fue en 2012 cuando se incorporaron por primera vez los procedimientos y estándares que determinan distintas certificaciones internacionales. Posteriormente, se elaboró el primer **Plan de reducción de huella de carbono** que derivó en la primera **Estrategia de Sostenibilidad 2018-22**, en la que se incluyó la visión de la **Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible**. La estrategia recientemente ideada, para el periodo 2024 - 2027, representa la continuidad de todo este trabajo, manteniendo a las personas en el centro de todos los objetivos y acciones, e impulsando una planificación en la que la innovación y las alianzas adquieren, aún más, un mayor protagonismo.



Nuestro propósito

Durante el diseño de la estrategia 2018 -2022 se trabajó en la definición del **propósito** de GF Hoteles con respecto a todo el trabajo que se hace desde la cadena para promover el desarrollo sostenible, es decir establecer el para qué, la razón de ser, que fuera conocida y entendida por todo el equipo como pieza clave en el impulso de esta estrategia.

Nuestro propósito en torno a la sostenibilidad, que aún sigue vigente se define como:

Ser fuente de inspiración en SOSTENIBILIDAD para el sector turístico local y para nuestros clientes, mostrando nuestro compromiso con el entorno, las personas y la propia Organización.



Retos a superar

Para lograr este Propósito se han de superar los siguientes Retos:

ENTORNO

Consolidar la apuesta por la Innovación en TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA y la implementación de PROCESOS RESPETUOSOS CON EL MEDIOAMBIENTE que permitan limitar aún más nuestro impacto en el entorno alcanzando las 0 emisiones y la reducción considerable de los desperdicios y residuos, así como el fomento acciones que promuevan la movilidad sostenible.



PERSONAS

Mejorar la CALIDAD DE VIDA de otras personas interviniendo ante situaciones de VULNERABILIDAD, ofreciendo OPORTUNIDADES laborales a colectivos desfavorecidos y jóvenes e impulsando el BIENESTAR y OPORTUNIDADES DE DESARROLLO DE CARRERA de nuestro equipo de profesionales.



ORGANIZACIÓN

Mejorar la COMUNICACIÓN INTERNA y EXTERNA para involucrar mucho más a nuestro equipo en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, haciendo partícipes también a actores y especialmente a nuestros clientes.

Análisis Retrospectivo

Durante la celebración de los talleres participativos se realizó un análisis retrospectivo de la Estrategia de Sostenibilidad 2018-22. Las principales conclusiones de dicha valoración son:

Analizamos el pasado

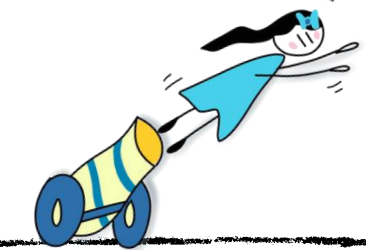
... para ...

mejorar en el futuro



¿Qué nos detuvo?

- Cambio de prioridades (por ejemplo, la crisis del COVID-19 y la pandemia).
- Falta de recursos (humanos y financieros) destinados a impulsar la sostenibilidad.
- Nivel bajo de modernización en términos de infraestructuras y equipamientos para el reciclaje.
- Estancamiento digital que ralentiza los procesos.
- Falta de formación e información, concienciación a todo el personal.
- Falta de interés de algunas personas, lo que se traduce en dificultades para involucrar a todos.



¿Qué nos ha impulsado?

- Una estrategia y una hoja de ruta clara de actuación, con indicadores y compromisos, así como contar con objetivos y compromisos desde el punto de vista de ahorros o rentabilidad.
- Logros, desafíos y acciones tangibles con resultados (las 3 RRR, reciclaje, reducción de la Huella de Carbono, disminución del desperdicio alimentario, eliminación de plásticos en la piscina) que facilitan la materialización de los conceptos y que motivan al equipo cuando se logran.
- El compromiso, los valores y los nobles ideales empresariales de la organización en favor de la sostenibilidad, lo cual se traduce en un sentimiento de orgullo por ser "un ejemplo" y formar parte de una empresa pionera.
- La aceptación de los clientes, así como los reconocimientos recibidos.
- Aspectos más idealizados como: saber que es posible crecer de otra manera (no solo pensando en términos económicos), la responsabilidad, considerar el impacto en las generaciones futuras y contribuir aun destino turístico responsable.



Posibles barreras en el camino

- La capacidad de generar conciencia colectiva, derivada de las dificultades para involucrar a todos, la falta de formación del equipo, la concienciación de los clientes, así como la actitud y el compromiso.
- Que las acciones y los logros no se visibilicen.
- Tecnología que no impulse el proceso.
- Falta de liderazgo a todos los niveles.
- Falta de recursos, medios o transparencia, lo cual, además, puede provocar desánimo en el equipo.
- Que los flujos de trabajo no sean ágiles o que no sepamos gestionar la falta de tiempo (a veces es difícil incluir la sostenibilidad en el día a día, dinámica de trabajo o en el tiempo disponible).
- Que no exista colaboración interdepartamental y las acciones se conviertan en acciones "aisladas".
- Deficiencias técnicas en el diseño estratégico, sino se trabaja de manera adecuada.



Faros en el horizonte

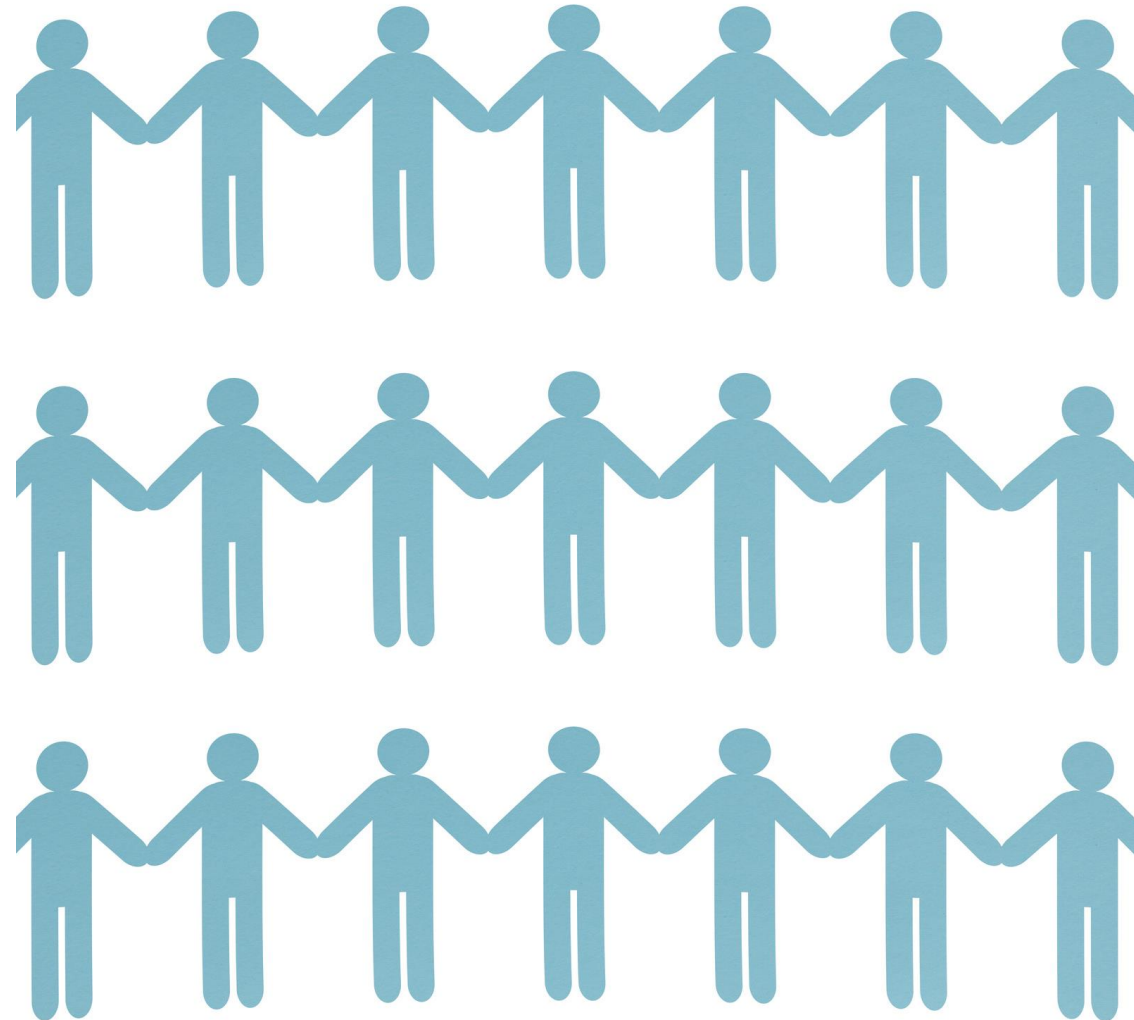
- Reconocimientos y premios que recibe GF Hoteles por sus acciones en torno a la sostenibilidad.
- El orgullo que generan proyectos concretos, como por ejemplo Food waste.
- Reflexionar sobre el impacto en generaciones futuras.
- Comprender que hay otra forma de crecer.

Público objetivo

B GREEN LIFE

Público Objetivo

Los distintos grupos de público Objetivo con los que se relaciona GF Hoteles son:



Empleados/as

- Dirección
- Jefes/as de Departamento
- Personal con Nivel básico y poca antigüedad
- Personal con Nivel básico y mucha antigüedad

Clientes

- Persona mayor/jubilada
- Viaja en pareja
- Viaja en familia
- Touroperador
- Organizador de eventos

Comunidad

- Estudiante en prácticas
- Prensa
- Asociación empresarial
- ONG

Proveedores

- Dtor Comercial
- Comercial

Administraciones Públicas

- Cargos Públicos
- Técnicos

Socios y accionistas

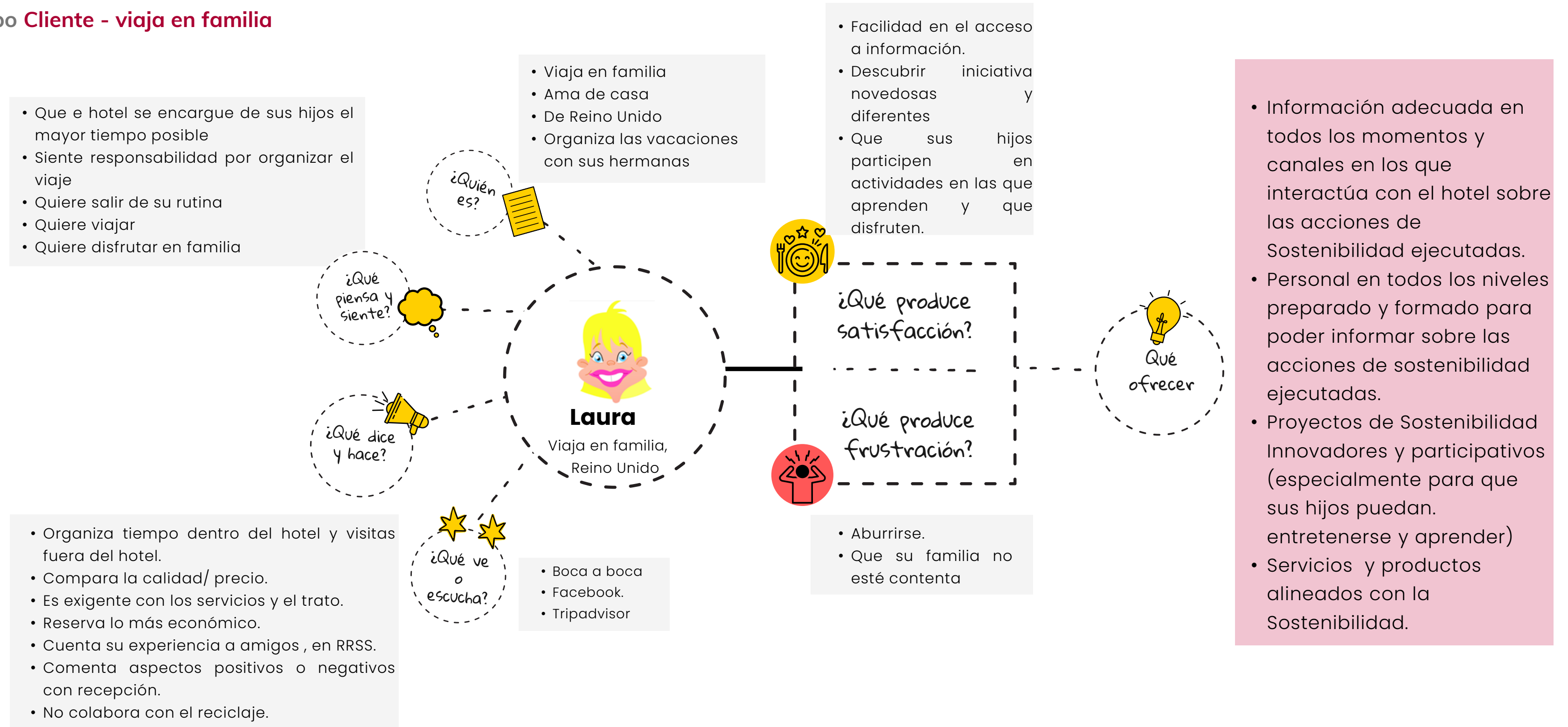
- La Propiedad

De los arquetipos de personas identificados se ha trabajado en definir en detalle el Perfil y Mapa de empatía para unas personas ficticias de los grupos: empleados/as, clientes, proveedores y comunidad, cuyos resultados se muestran a continuación:

Análisis del perfil clientes

Arquetipo Cliente - **viaja en familia**

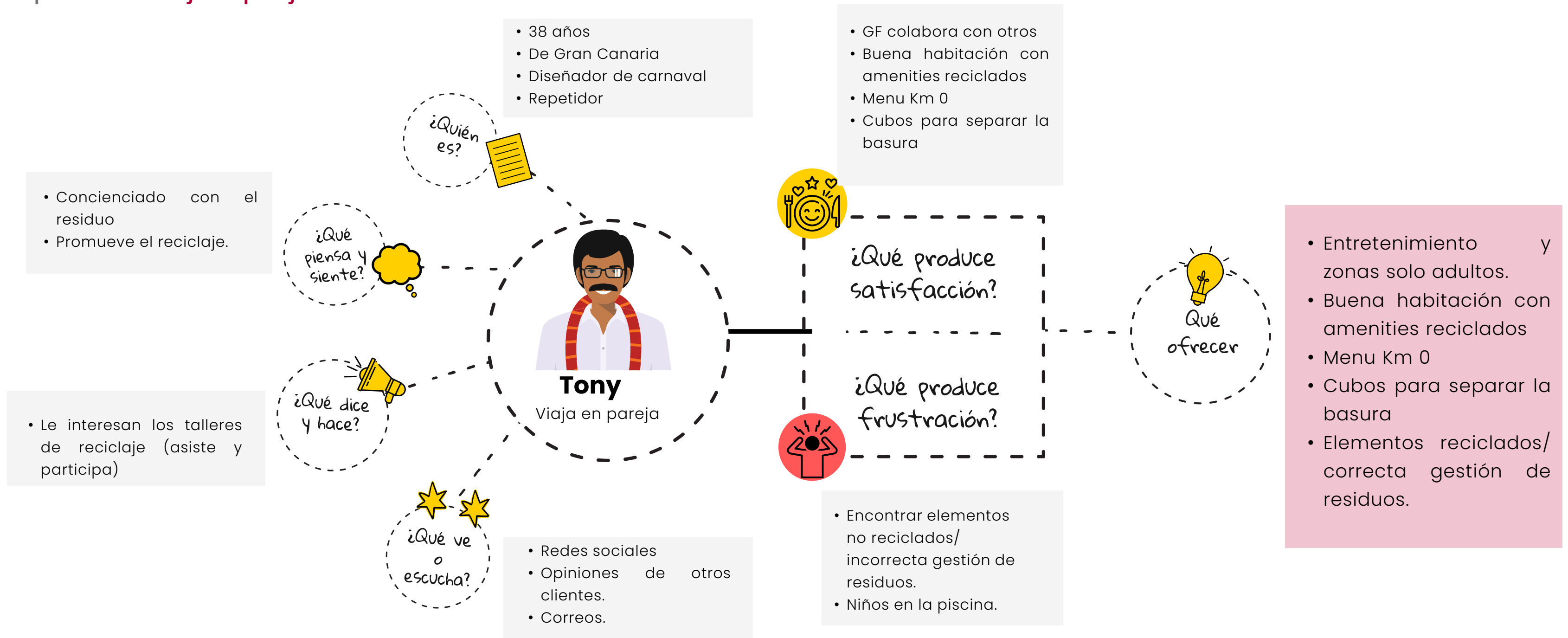
Mapa de Empatía



Análisis del perfil clientes

Arquetipo **Cliente - viaja en pareja**

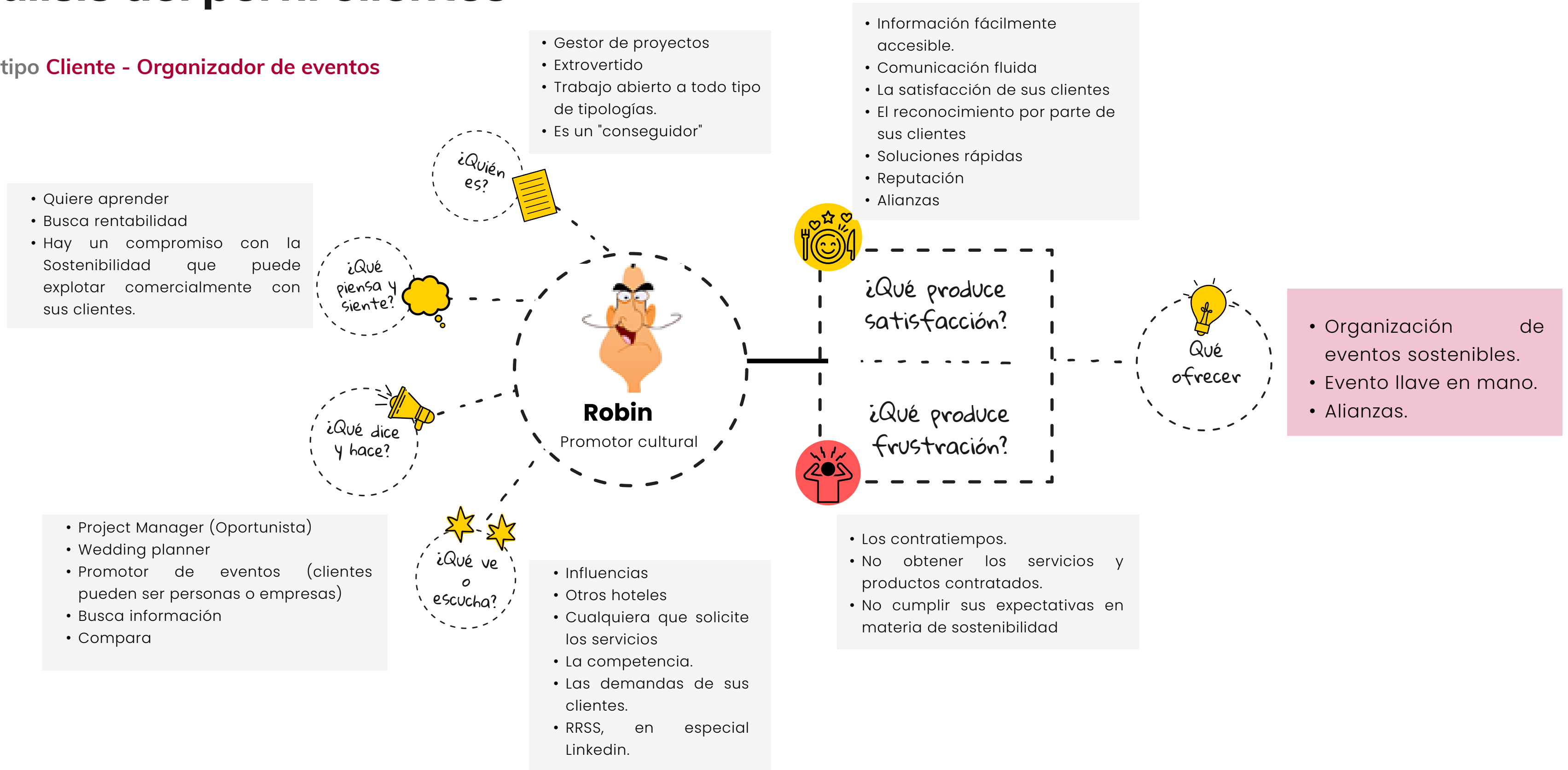
Mapa de Empatía



Análisis del perfil clientes

Arquetipo Cliente - Organizador de eventos

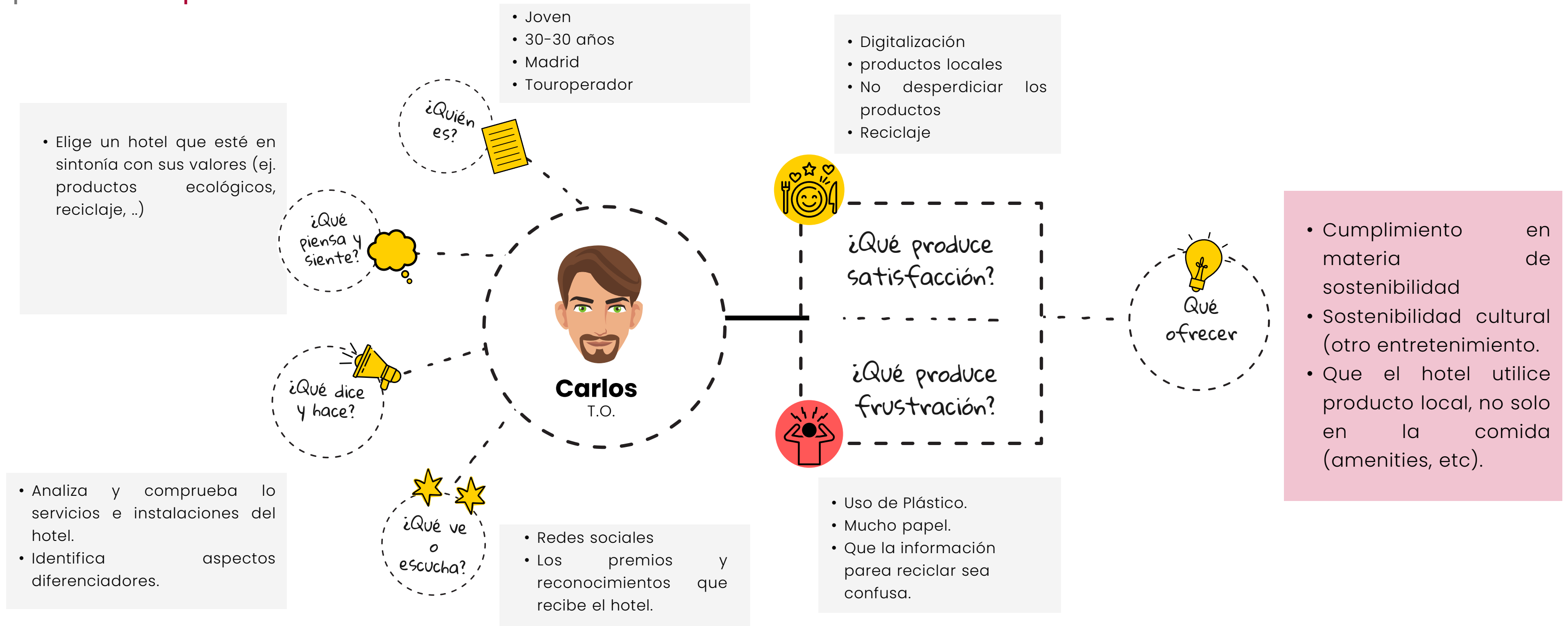
Mapa de Empatía



Análisis del perfil clientes

Arquetipo **Cliente Touroperador**

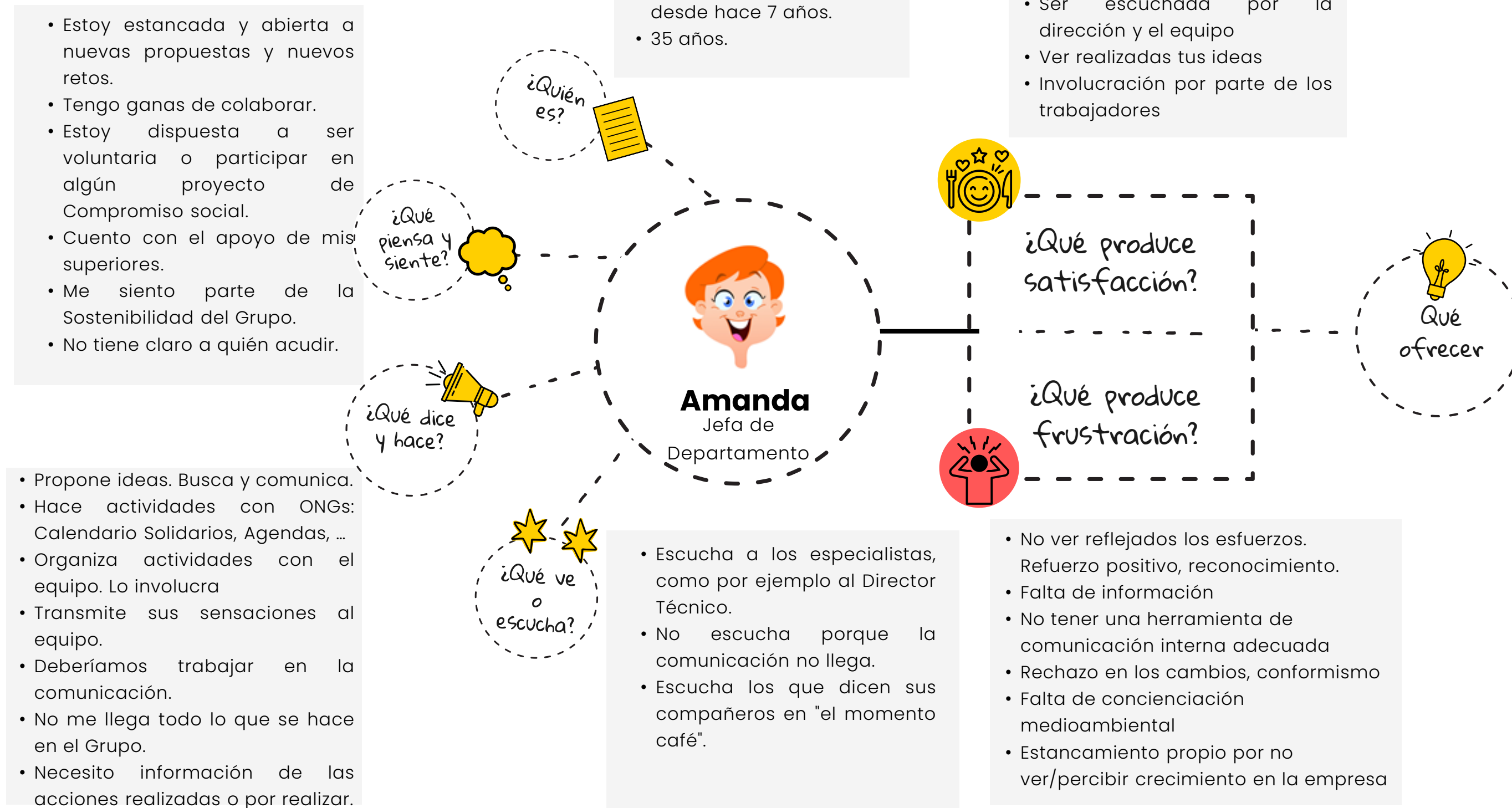
Mapa de Empatía



Análisis del perfil clientes

Arquetipo **Empleado/a Jefe de departamento**

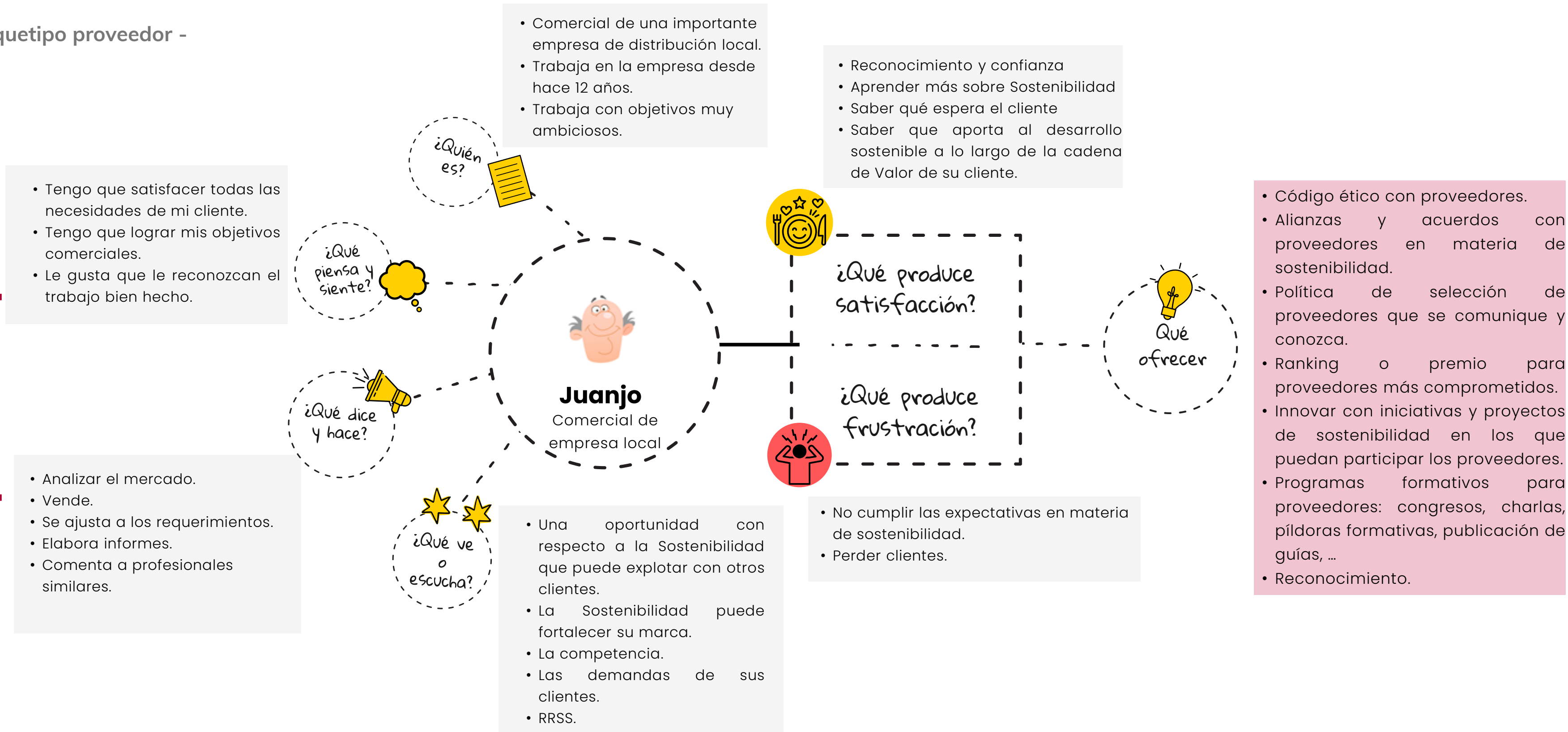
Mapa de Empatía



Análisis del perfil clientes

Arquetipo proveedor -

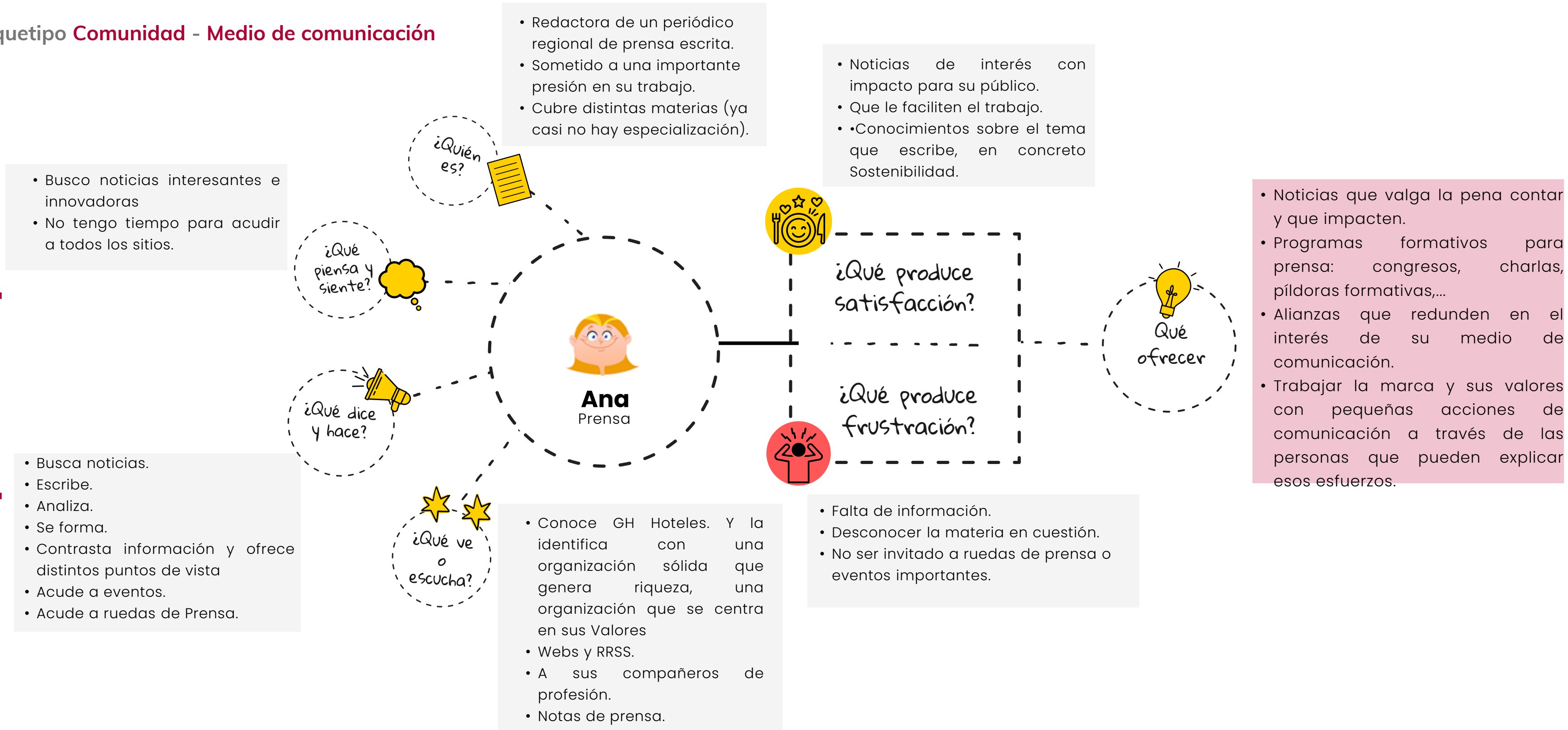
Mapa de Empatía



Análisis del perfil clientes

Arquetipo **Comunidad - Medio de comunicación**

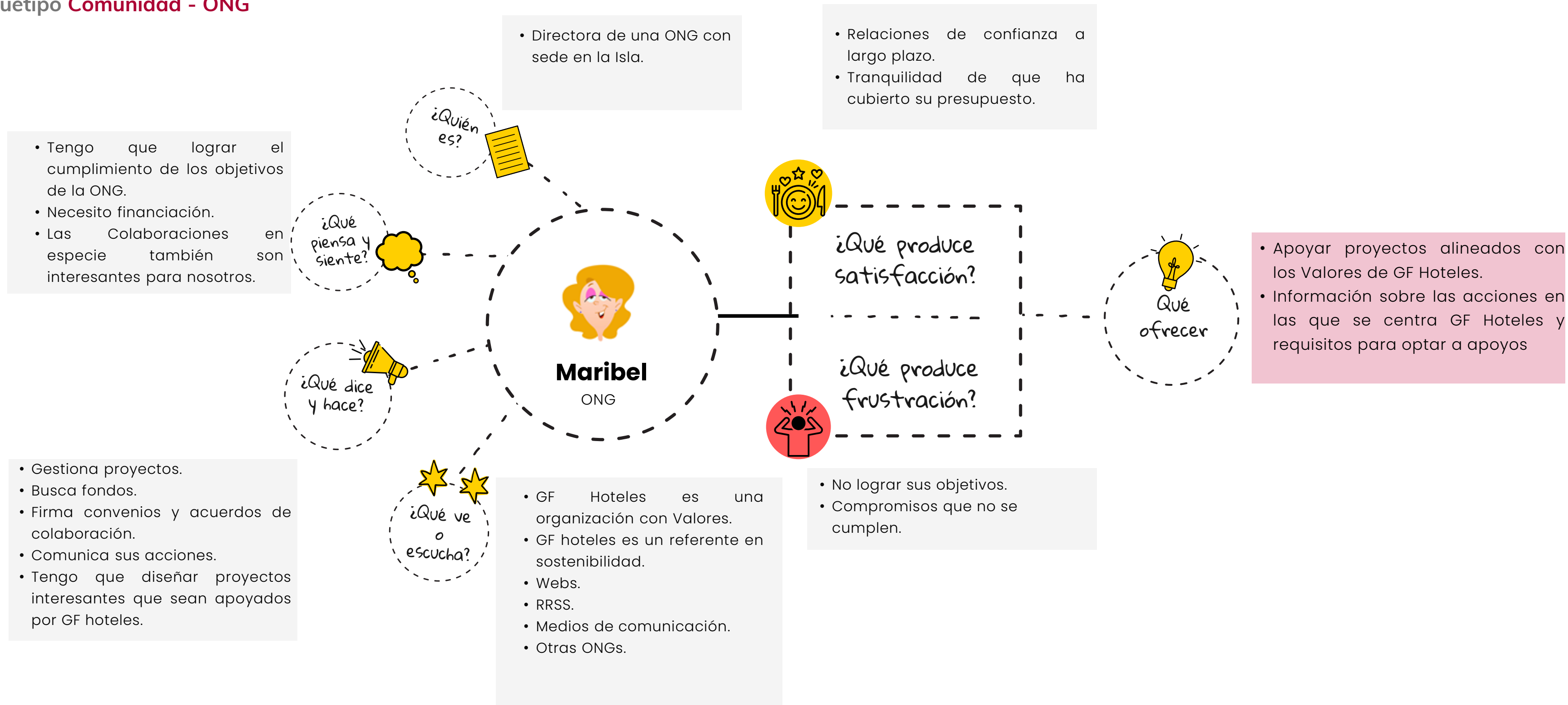
Mapa de Empatía



Análisis del perfil clientes

Arquetipo **Comunidad - ONG**

Mapa de Empatía



El desarrollo sostenible en GF Hoteles

B GREEN LIFE

Alineamiento de la estrategia de sostenibilidad con la Agenda 2030

Agenda 2030 de Naciones Unidas



En 2015, 193 países firmaron en el Marco de la Asamblea General de las Naciones Unidas (ONU) la resolución “Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” conocida como la Agenda 2030 en la que se exponía la necesidad de promover un nuevo modelo de desarrollo, en el que era fundamental conseguir el equilibrio entre el desarrollo económico (Prosperidad), el bienestar de las personas (Personas) y el respeto al medioambiente (Planeta), todo ello soportado sobre las dimensiones de la Paz y las Alianzas.

El concepto de desarrollo sostenible, que sirvió de inspiración para promover la Agenda 2030, tiene su origen en el Informe "Nuestro Futuro en Común" (Informe Brundtland) publicado en 1987 por Naciones Unidas. A su vez dicho informe estableció las bases para la Cumbre de Río de Janeiro en 1997 y la posterior creación de la Comisión de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (CDS).

La Agenda 2030 comprende 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que se articulan como la clave para transformar nuestro mundo a través de un compromiso global de los agentes públicos y privados, para afrontar los principales retos de la humanidad, pensando no solo en las generaciones actuales sino también en las venideras.

El valor de la Agenda 2030 se centra en exponer 169 metas, que se evalúan a través de un amplio repositorio de indicadores que sirven de guía, tanto al sector público como privado. Estas metas se desarrollaron desde una perspectiva global, por lo que se insiste desde sus promotores, en la necesidad de localizar, es decir, de aterrizar en la realidad de cada territorio, organización o empresa, las metas y sus indicadores.

Objetivos para un mundo mejor

La Agenda Canaria de Desarrollo Sostenible 2030



En diciembre de 2021 el Gobierno de Canarias publicó la Agenda Canaria de Desarrollo Sostenible 2030 como respuesta a la necesidad de localizar la Agenda 2030 en la Comunidad Autónoma de Canarias.

La misma fue el resultado de un profundo análisis y un amplio proceso participativo en el que se involucró a agentes de todo tipo, de los ámbitos económicos, institucionales y sociales.

La Agenda Canaria se estructura en cinco dimensiones, añadiendo al esquema promovido en la Agenda 2030, la dimensión de la Cultura.

Además se han establecido 8 Retos Región y sus correspondientes Políticas Aceleradores, 49 Prioridades de actuación y 316 Metas y sus indicadores, adaptados a la realidad del territorio regional.

Aunque es cierto que la Agenda Canaria tiene un cierto sesgo hacia el proceso de localización de las administraciones de las entidades públicas, disponer de este marco de trabajo facilita el proceso de localización de cualquier organización situada en la Comunidad Autónoma de Canarias.

Fuente: AGENDA CANARIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE 2030. Estrategia conjunta para el Impulso de los ODS. <https://www.gobiernodecanarias.org/cmsweb/export/sites/agendacanaria2030/galerias/documentos/agendacanaria2030.pdf>

Canvas de la sostenibilidad de GF hoteles 2024-27

PROPÓSITO: Ser fuente de inspiración en **SOSTENIBILIDAD** para el sector turístico local y para nuestros clientes, mostrando nuestro compromiso con el entorno, las personas y la propia Organización.

Retos

ENTORNO
Consolidar la apuesta por la Innovación en TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA y la implementación de PROCESOS RESPETUOSOS CON EL MEDIOAMBIENTE que permitan limitar aún más nuestro impacto en el entorno alcanzando las 0 emisiones y la reducción considerable de los desperdicios y residuos, así como el fomento acciones que promuevan la movilidad sostenible.

PERSONAS
Mejorar la CALIDAD DE VIDA de otras personas interviniendo ante situaciones de VULNERABILIDAD, ofreciendo OPORTUNIDADES laborales a colectivos desfavorecidos y jóvenes e impulsando el BIENESTAR y OPORTUNIDADES DE DESARROLLO DE CARRERA de nuestro equipo de profesionales.

ORGANIZACIÓN
Mejorar la COMUNICACIÓN INTERNA y EXTERNA para involucrar mucho más a nuestro equipo en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, haciendo partícipes también a actores y especialmente a nuestros clientes.

Acciones

- Ampliar las prácticas relacionadas con la economía circular (Reducir Desperdicios y Residuos).
- Impulsar acciones de protección de la biodiversidad.
- Impulsar el plan de movilidad de GF Hoteles.
- Fomentar la participación activa del equipo en la estrategia de sostenibilidad.
- Hacer partícipes a los clientes de las acciones de sostenibilidad desarrolladas.
- Reforzar en plan de comunicación en torno a la estrategia de sostenibilidad.
- Consolidar y ampliar las colaboraciones y alianzas con actores clave de la sociedad.
- Crear una experiencia para el equipo basada en principios de bienestar, participación y desarrollo de las personas
- Potenciar la innovación como catalizador que promueve la sostenibilidad
- Promocionar el patrimonio cultural y gastronómico de Canarias

Propuesta de valor

Que nos diferencia



Compromiso Innovación
Vanguardia Transparencia
Visibilidad Alianzas

Alianzas

- Sector hotelero de Tenerife
- Sector TIC
- Centros educativos
- ONGs

Canales

- Digitales (web, Redes Sociales y Newsletter / mailing)
- Físicos (boca a boca, pantallas, eventos)

Público Objetivo

- Empleados**
- Dirección
 - Jefes/as de Departamento
 - Personal con Nivel básico y poca antigüedad
 - Personal con Nivel básico y mucha antigüedad

- Cientes**
- Persona mayor/jubilado
 - Viaja en pareja
 - Viaja en familia
 - Touroperador
 - Organizador de eventos

- Comunidad**
- Estudiante en prácticas
 - Prensa
 - Asociación empresarial
 - ONG

- Administraciones Públicas**
- Cargos Públicos
 - Técnicos

- Proveedores**
- Dtor Comercial
 - Comercial

Socios y accionistas

Ámbitos Agenda 2030 (ONU)



Principales Objetivos de Desarrollo Sostenible que se impulsan



Otros ODS que se impulsan en menor medida



Ámbitos Agenda 2030 (Canaria)



Los Objetivos de Desarrollo Sostenible en GF Hoteles

El siguiente esquema muestra los principales objetivos de desarrollo sostenible en los que se sustenta la Estrategia para el período 2024 - 2027:



Acciones propuestas para 2024 -2027 por grupo de interés

DIMENSIÓN
AGENDA 2030
(Canaria)

● ACCIÓN NUEVA

● ACCIÓN DE CONTINUIDAD

GRUPO DE INTERÉS EN EL QUE SE IMPACTA

Empleados/as

Clientes

Proveedores

Comunidad

Medioambiente



Ampliar las prácticas relacionadas con la economía circular

- Expandir la iniciativa de "Food waste" a otros hoteles.
- Desplegar más puntos de reciclaje.
- Continuar ofreciendo merchandising sostenible.
- Utilizar amenities completamente sostenibles.
- Extender la reducción de papel a otros departamentos.
- Continuar promoviendo la reducción del plástico de un solo uso
- Recuperación de agua de lavado de piscinas.
- Reducción del Término de energía.



Impulsar acciones de protección de la biodiversidad

- Identificación y cálculo CO2 de la planta ajardinada.



Impulsar el plan de movilidad de GF Hoteles

- Implementar el Carpooling y el Ride Sharing

| | Empleados/as | Clientes | Proveedores | Comunidad |
|--|--------------|----------|-------------|-----------|
| Ampliar las prácticas relacionadas con la economía circular | | | | |
| Expandir la iniciativa de "Food waste" a otros hoteles. | | ● | | ● |
| Desplegar más puntos de reciclaje. | | ● | | ● |
| Continuar ofreciendo merchandising sostenible. | | ● | | ● |
| Utilizar amenities completamente sostenibles. | | ● | | ● |
| Extender la reducción de papel a otros departamentos. | ● | | | ● |
| Continuar promoviendo la reducción del plástico de un solo uso | | | | ● |
| Recuperación de agua de lavado de piscinas. | | | | ● |
| Reducción del Término de energía. | ● | ● | | ● |
| Impulsar acciones de protección de la biodiversidad | | | | |
| Identificación y cálculo CO2 de la planta ajardinada. | | ● | | ● |
| Impulsar el plan de movilidad de GF Hoteles | | | | |
| Implementar el Carpooling y el Ride Sharing | ● | | | ● |

Acciones propuestas para 2024 -2027 por grupo de interés

DIMENSIÓN
AGENDA 2030
(Canaria)

● ACCIÓN NUEVA ● ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Gobernanza

| | GRUPO DE INTERÉS EN EL QUE SE IMPACTA | | | |
|--|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| | Empleados/as | Clientes | Proveedores | Comunidad |
| <p> Fomentar la participación activa del equipo en la estrategia de sostenibilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Constituir un equipo transversal de sostenibilidad. • Mejorar la comunicación interna de las acciones relacionadas con la sostenibilidad que se realizan en GF Hoteles. • Obtener feedback del equipo con respecto a la sostenibilidad. • Proporcionar formación experimental a los equipos a través de visitas a empresas e instituciones. | <p>●</p> <p>●</p> <p>●</p> <p>●</p> | | | |
| <p> Hacer partícipes a los clientes de las acciones de sostenibilidad desarrolladas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Factura Verde • Feedback sobre sostenibilidad en las encuestas de satisfacción de clientes • Diseñar juegos y entretenimiento relacionados con la sostenibilidad. | | <p>●</p> <p>●</p> <p>●</p> | | |
| <p> Reforzar en plan de comunicación en torno a la estrategia de sostenibilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejora de comunicación en redes y web. • Ampliar los soportes de comunicación para compartir los principales hitos y proyectos en los que se trabaja. • Celebrar el Foro de presentación de avances y del Plan de sostenibilidad. • Emplear elementos del marketing sostenible. | <p>●</p> <p>●</p> <p>●</p> <p>●</p> | <p>●</p> <p>●</p> <p>●</p> <p>●</p> | <p>●</p> <p>●</p> <p>●</p> <p>●</p> | <p>●</p> <p>●</p> <p>●</p> <p>●</p> |
| <p> Consolidar y ampliar las colaboraciones y alianzas con actores clave de la sociedad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Continuar las colaboraciones en proyectos innovadores que impulsen la sostenibilidad. • Dar voz a los proveedores/aliados en una sección específica del blog/noticias. • Incorporar el criterio de diversidad en los proveedores. • Realizar acciones de divulgación con los centros educativos. | | | <p>●</p> | <p>●</p> <p>●</p> <p>●</p> |

Acciones propuestas para 2024 -2027 por grupo de interés

DIMENSIÓN
AGENDA 2030
(Canaria)

● ACCIÓN NUEVA ● ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Personas



Crear una experiencia para el equipo basada en principios de bienestar, participación y desarrollo de las personas

- Mejora de la comunicación interna del equipo
- Definir y dar a conocer la propuesta de valor del Empleado (EVP)
- Impulso a la conciliación y la corresponsabilidad de progenitores
- Consolidación del Plan de formación
- Servicio de Coaching.
- Incorporar robots de apoyo para carga en restaurantes o limpieza.

GRUPO DE INTERÉS INVOLUCRADO

Empleados/as Clientes Proveedores Comunidad

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

| | | | |
|---|--|--|--|
| ● | | | |
| ● | | | |
| ● | | | |
| ● | | | |
| ● | | | |

Innovación/
económica



Potenciar la innovación como catalizador que promueve la sostenibilidad

- Mejora del Data Management.
- Incorporar el machine learning para optimizar los procesos operativos y de marketing.
- Mejora de la eficiencia de procesos de gestión interna empleando plataformas de automatización especializadas.
- Incorporar la realidad aumentada como herramienta de promoción.
- Implantar un modelo de gestión de Proyectos.
- Contador de personas para control de buffet.
- Crear un Laboratorio de Innovación.
- Formación en materia de innovación a todo el personal.
- Consolidar el Observatorio de innovación y tendencias en sostenibilidad.

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

| | | | |
|---|---|---|---|
| ● | ● | ● | ● |
| ● | ● | ● | |
| ● | ● | ● | |
| ● | ● | | |
| ● | ● | ● | ● |
| ● | ● | ● | |
| ● | ● | | ● |
| ● | ● | ● | ● |

Acciones propuestas para 2024 -2027 por grupo de interés

DIMENSIÓN
AGENDA 2030
(Canaria)

● ACCIÓN NUEVA

● ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Cultura



Promocionar el patrimonio cultural y gastronómico de Canarias

- Formar al personal sobre los productos locales utilizados para que puedan comunicarlo al cliente.
- Ofrecer más productos canarios de proximidad (Km 0) en restaurantes, bares y tiendas.
- Proporcionar opciones de alimentación infantil con productos de temporada local.
- Organizar actividades culinarias centradas en platos típicos canarios.
- Promocionar la cultura y tradiciones de Canarias a través de las actividades de ocio en los hoteles.

GRUPO DE INTERÉS INVOLUCRADO

Empleados/as

Clientes

Proveedores

Comunidad

| | Empleados/as | Clientes | Proveedores | Comunidad |
|--|--------------|----------|-------------|-----------|
| Formar al personal sobre los productos locales utilizados para que puedan comunicarlo al cliente. | ● | ● | ● | ● |
| Ofrecer más productos canarios de proximidad (Km 0) en restaurantes, bares y tiendas. | | ● | ● | ● |
| Proporcionar opciones de alimentación infantil con productos de temporada local. | | ● | ● | ● |
| Organizar actividades culinarias centradas en platos típicos canarios. | | ● | ● | ● |
| Promocionar la cultura y tradiciones de Canarias a través de las actividades de ocio en los hoteles. | | ● | ● | ● |

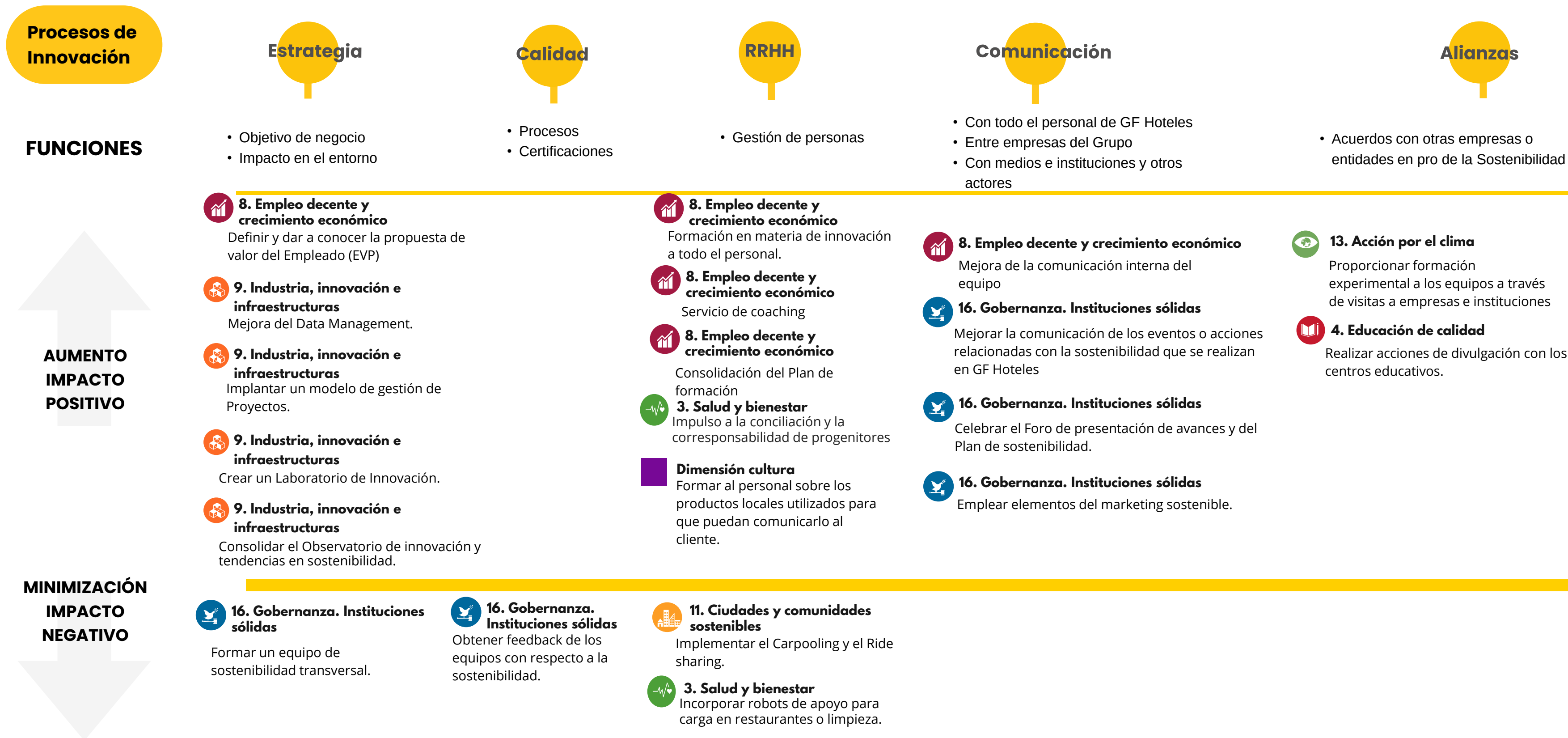
Acciones propuestas según el eslabón de la Cadena de valor

Se analiza la cadena de valor de GF Hoteles desde su contribución a cada uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, destacando las áreas en las que en los últimos años ha centrado sus esfuerzos y en cuales podría mejorarlos. Según la metodología que se aplica en las Guías de Desarrollo Sostenible del Pacto Mundial de Naciones Unidas se diferencia entre:

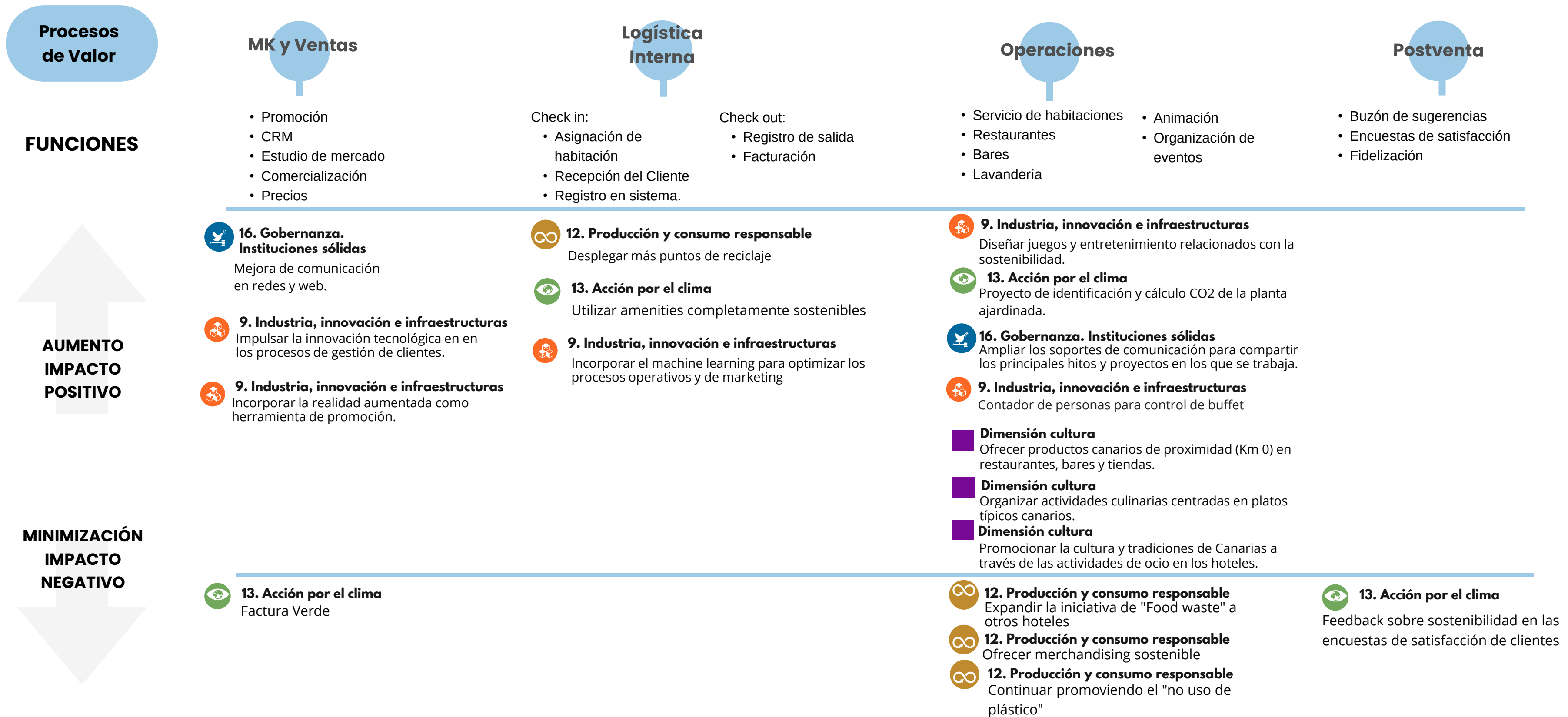
- **Impacto Positivo o Fortalezas:** Se referiría a aquellas acciones que GF Hoteles ha desarrollado o continua ejecutando, y están alineadas con alguno de los ODS.
- **Impacto Negativo o Riesgos:** Son aquellas áreas en las que existen debilidades en las que GF Hoteles debería centrar sus actuaciones para impulsar su contribución al Desarrollo Sostenible.



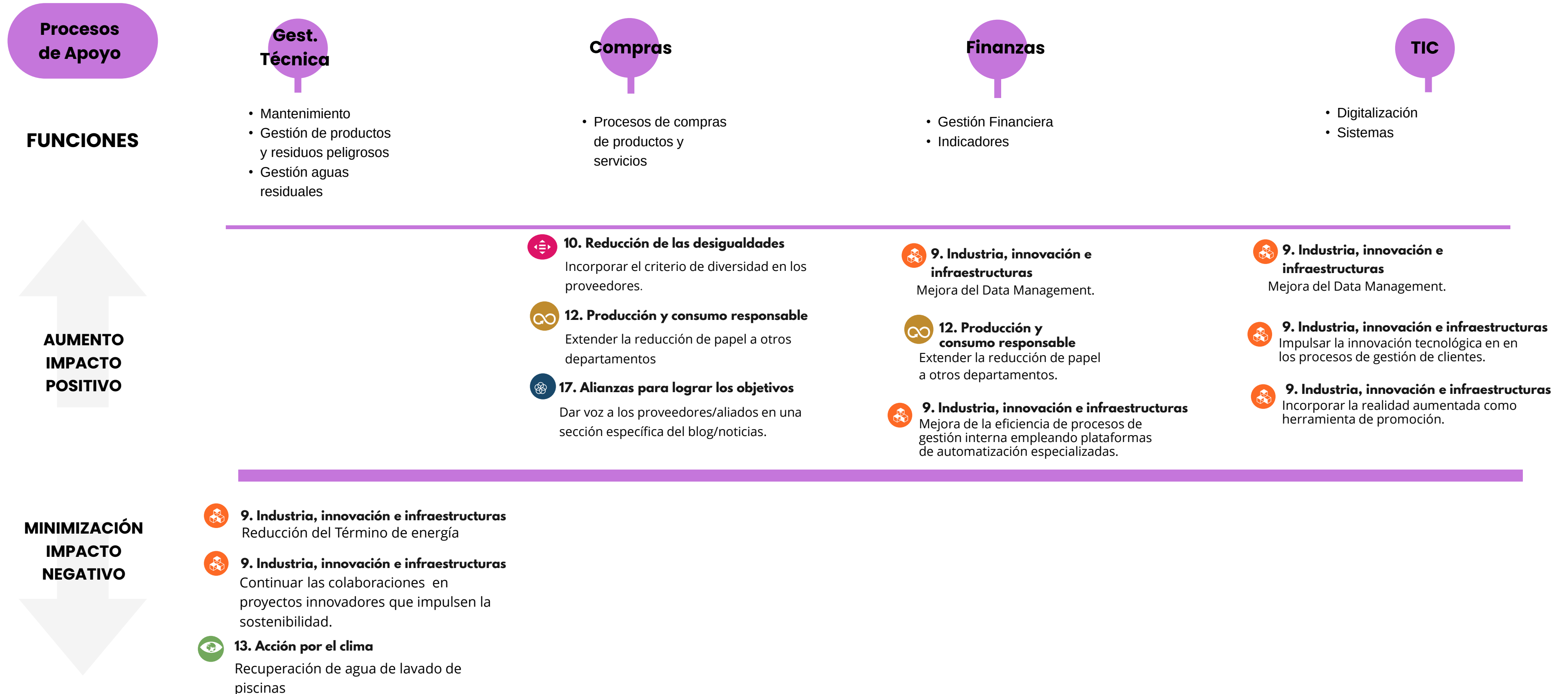
Acciones propuestas según el eslabón de la Cadena de valor



Acciones propuestas según el eslabón de la Cadena de valor



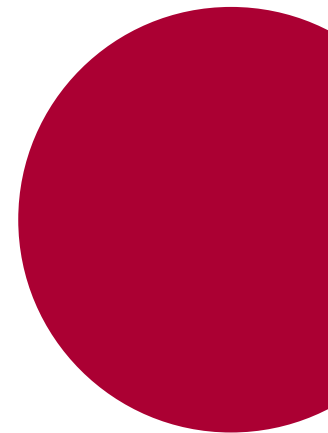
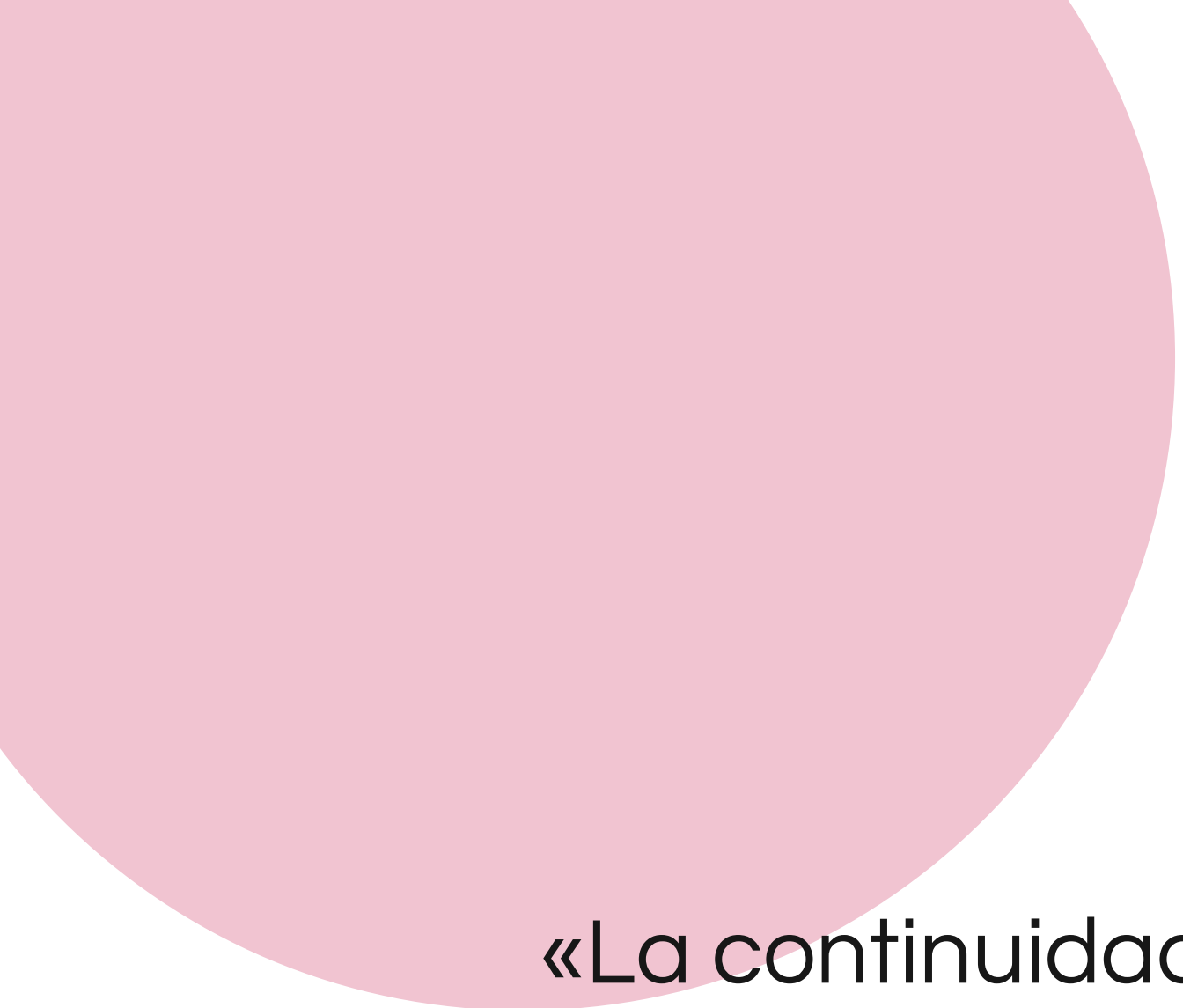
Acciones propuestas según el eslabón de la Cadena de valor



Plan de acción para el periodo 2024 - 2027

Canvas, fichas descriptivas de cada acción y cronograma

B GREEN LIFE



«La continuidad de nuestra estrategia de sostenibilidad para el periodo 2024 - 2027 se basa en una firme apuesta por la innovación y las alianzas, como palancas determinantes para seguir avanzando en nuestro compromiso con la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030.»

Resumen del compromiso por la sostenibilidad 2024 -2027



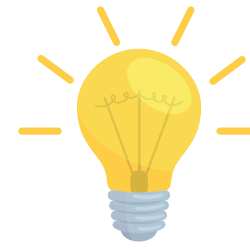
Reducción
70 %

Emissiones de CO2



Reducción
15 %

Consumo de agua



Reducción
15 %

Consumo de electricidad



Uso
90 %
energía renovable



Eliminación
100 %
plástico de un solo uso



Reducción
70 %
Papel



Reducción
80 %
Productos químicos



Mejora de la calidad de vida del equipo de profesionales



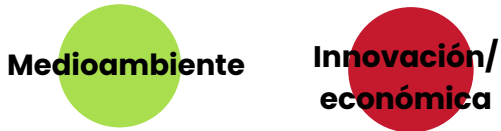
Ampliar los criterios de sostenibilidad en la política de contratación



Promoción de la cultura y patrimonio cultural de Canarias

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Innovación tecnológica para impulsar procesos sostenibles.
- Reducción del desperdicio alimentario.

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Ampliar las prácticas relacionadas con la economía circular

Expandir la iniciativa de "Food waste" a otros hoteles

En 2020 se puso en marcha en el hotel GF Gran Costa Adeje el proyecto 'Food Waste' con el que se ha logrado medir y reducir la merma del producto expuesto en buffet a través de un sistema de pesaje en la entrada y salida de las distintas tipologías de alimentos empleando la Inteligencia Artificial.

La operativa consiste en transmitir digitalmente a los dispositivos de pesaje toda la información necesaria sobre la ronda de menús que aplica a cada día. Las mediciones de desperdicio se comparten con el departamento de cocina, generando la información necesaria para optimizar los menús y realizar una toma de decisiones acorde a los siguiente parámetros:

- La época del año.
- Tipología de clientes por nacionalidad y rango de edad.

En el corto plazo, esta iniciativa se extenderá a dos establecimientos: GF Fañabé y GF Isabel. En una segunda etapa "Food waste" se implantará en el GF Victoria y finalmente el Noelia, con lo que en 2027 estará presente en todos los hoteles de la cadena.

Indicadores de seguimiento

- Número de hoteles involucrados
- Porcentaje de desperdicio reducido

Público objetivo



Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Facilitar la gestión de los residuos a la empresa operadora.
- Reducir los costes de gestión de los residuos.

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Ampliar las prácticas relacionadas con la economía circular

Desplegar más puntos de reciclaje

Durante varios años, GF Hoteles ha implementado contenedores de separación de basura en las áreas comunes de todos sus hoteles. Esta iniciativa ha demostrado ser un rotundo éxito, lo que motiva a la empresa a expandirla a otras áreas estratégicas de los alojamientos, incluyendo habitaciones y pasillos.

Adicionalmente, se reforzará la comunicación con los clientes, informándoles sobre la ubicación de todos los contenedores y facilitándoles su uso.

Indicadores de seguimiento

- Número de puntos de reciclaje desplegados
- Toneladas de residuos clasificados

Público objetivo

 Clientes

 Empleados

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Mejora la conciencia ambiental.
- Impulso a la innovación en materiales.
- Ahorrar materias primas, energía, agua y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Ampliar las prácticas relacionadas con la economía circular

Continuar ofreciendo merchandising sostenible

Durante un extenso período, GF Hoteles ha venido promoviendo el uso de productos de merchandising sostenible no solo en sus propios eventos, sino también en aquellos organizados por terceros que se llevan a cabo en sus establecimientos. Entre estos productos se incluyen botellas reutilizables, bolsas de tela y originales identificadores de maletas fabricados a partir de pasta de maíz, por mencionar algunos ejemplos.

En este nuevo periodo, continuamos esforzándonos por ampliar nuestra gama de productos sostenibles y por incorporarlos en un mayor número de eventos que se celebren en nuestras instalaciones.

Indicadores de seguimiento

- Unidades de merchandising sostenible empleados
- Número de eventos en los que se ha entregado merchandising sostenible

Público objetivo



Clientes

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Mejora la conciencia ambiental.
Impulso a la innovación en materiales.
- Ahorrar materias primas, energía, agua y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Ampliar las prácticas relacionadas con la economía circular

Utilizar amenities completamente sostenibles

El 98% de los amenities que se ofrecen en las habitaciones de los establecimientos de GF hoteles son compostables y certificados por emplear tinta sin componentes tóxicos.

En esta nuevo periodo se van a impulsar el uso de dispensadores sostenibles y recargables en todas las habitaciones de sus establecimientos, con lo cual desaparecerán las amenities individuales.

Indicadores de seguimiento

- Número de hoteles que usan los dispensadores sostenibles y recargables
- Número de envases reducidos

Público objetivo

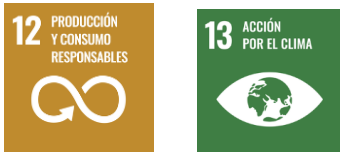
Cientes

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Mejora la conciencia ambiental.
- Impulso a la innovación en materiales.
- Reducir el uso de papel

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Ampliar las prácticas relacionadas con la economía circular

Extender la reducción de papel a otros departamentos

En GF Hoteles, diversos departamentos, como el de Administración, han logrado una considerable reducción en el uso de papel. Para alcanzar este objetivo, se implementaron cambios en los hábitos de los profesionales y se incorporaron herramientas en la nube que facilitan la gestión documental.

En este nuevo periodo, se extenderá esta iniciativa a otros departamentos, como Recursos Humanos o Compras, con el objetivo de minimizar al máximo el uso del papel.

Indicadores de seguimiento

- Porcentaje de papel reducido
- Porcentaje departamentos involucrados

Público objetivo

- Empleados
- Proveedores

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Mejora la conciencia ambiental.
- Impulso a la innovación en materiales.
- Eliminar el impacto en el medio marino

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Ampliar las prácticas relacionadas con la economía circular

Continuar promoviendo la reducción del plástico de un solo uso

En 2018 GF Hoteles puso en marcha un ambicioso proyecto para eliminar los plásticos de un solo uso en toda la operativa de sus hoteles, logrando este objetivo antes de 2027.

En este sentido destaca la iniciativa que se trabaja conjuntamente con varios proveedores para lograr que en el envasado de los productos que adquieren no se utilice ningún tipo de plástico o la eliminación del mismo en los procesos de cocina utilizando otros materiales sostenible en la conservación de los productos en nevera.

Compromisos:

Indicador de seguimiento

Porcentaje reducido de plástico de un solo uso

Público objetivo

- Clientes
- Empleados
- Proveedores

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso a la innovación.
- Conservación y ahorro de agua.
- Prevenir la contaminación del agua con productos químicos de piscinas

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Ampliar las prácticas relacionadas con la economía circular

Recuperación de agua de lavado de piscinas

GF Hoteles ha iniciado un proyecto para recuperar el agua del lavado de las piscinas de sus establecimientos, lo que implica que durante el proceso de lavado de la piscina, el agua se recoge en lugar de permitir que se descargue directamente al desagüe o al sistema de alcantarillado. Dicha agua es tratada, la cual se puede almacenar para su uso futuro en el llenado de la piscina o en otras aplicaciones, reduciendo así la dependencia de agua fresca.

La recuperación del agua de lavado de piscinas no solo ayuda a conservar este recurso vital, sino que también puede contribuir a reducir la carga en los sistemas de alcantarillado y a prevenir la contaminación del agua con productos químicos de piscinas.

Indicadores de seguimiento

- Litros de agua recuperados.
- Número de hoteles involucrados

Público objetivo



Clientes



Comunidad

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso a la innovación. Incremento del ahorro en el gasto eléctrico
- Reducción de las emisiones de CO2

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Ampliar las prácticas relacionadas con la economía circular

Reducción del Término de energía

Para reducir el término de energía, es decir, el consumo eléctrico mensual, se están implantando varias iniciativas, entre las que destaca la instalación de un innovador equipo, único en el mundo y fabricado en Europa que permite mejorar el rendimiento de los equipo con un menor consumo eléctrico.

Este dispositivo, se incorpora al sistema eléctrico de los hoteles reduciendo las pérdidas de energía producidas durante el transporte, baja la temperatura de los componentes y mejora su rendimiento, ahorrando en su factura de la electricidad como mínimo un 8%.

Indicador de seguimiento

- Porcentaje reducido
- Número de hoteles involucrados

Público objetivo

- Clientes
- Comunidad

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Protección de la biodiversidad.
- Reducción de la huella de carbono.
- Reducción en el uso de fertilizantes.

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Impulsar acciones de protección de la biodiversidad

Identificación y cálculo CO2 de la planta ajardinada.

El proyecto de identificación y cálculo CO2 de la planta ajardinada implica evaluar diversos factores relacionados con el diseño, la composición y el mantenimiento del jardín, con idea de planificar que tipo de plantas y flores son las que más beneficio producen desde el punto de vista de la absorción del CO2.

Este análisis permitirá determinar el tipo de plantas que se mantienen en los jardines, pero también otros aspectos relacionados con el tamaño de los jardines, los tipos de suelos, el tipo de mantenimiento, la gestión de los residuos e incluso el consumo de agua.

Indicadores de seguimiento

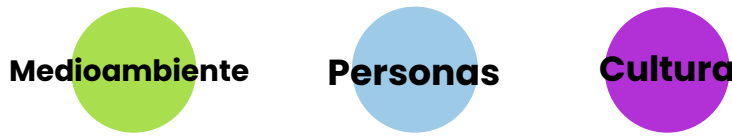
- Índice anual de CO2 establecimiento
- Número de hoteles involucrados

Público objetivo

Comunidad

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Reducción del tráfico de la isla. Mejora en el bienestar de los trabajadores
- Reducción de las emisiones de CO2

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Impulsar el plan de movilidad de GF Hoteles

Implementar el Carpooling y el Ride sharing

En sintonía con el **Plan de Movilidad de GF Hoteles**, el periodo comprendido entre 2024 a 2027, se promoverán dos iniciativas que persiguen optimizar la logística de transporte, contribuyendo así a la reducción de la huella ambiental y aliviar la congestión del tráfico. Paralelamente, estas iniciativas promueven la cooperación y el sentido de comunidad entre los empleados. Estas iniciativas son:

- **“Carpooling”** es una solución de movilidad colaborativa ideal para empleados con horarios fijos y vehículos propios, que se gestiona a través de una plataforma especializada . La propuesta consiste en facilitar la gestión y el contacto entre los usuarios, además de proporcionar información útil sobre los kilómetros compartidos y la cantidad de vehículos reducidos. Como incentivo para el uso responsable del “Carpooling”, se establecerá un programa de premios para aquellos empleados que participen activamente en la iniciativa. Estos premios serán canjeables en los diversos establecimientos y empresas pertenecientes al Grupo Fedola, promoviendo así un doble beneficio tanto para los colaboradores como para el medio ambiente.
- **“Rise sharing”** destinada a los empleados que no disponen de un automóvil, que a través de la misma plataforma tienen acceso a los desplazamientos programados por sus compañeros y utilizar los asientos disponibles.

Indicadores de seguimiento

- Reducción del número de vehículos en circulación
- CO2 reducido

Público objetivo

Empleados
Comunidad

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



todos

Impactos positivos y riesgos



Mejora de la información a la hora de tomar decisiones

Impulso a la innovación.



Impulso a la estrategia de sostenibilidad

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Fomentar la participación activa del equipo en la estrategia de sostenibilidad

Constituir un equipo transversal de sostenibilidad

Con el afán de seguir mejorando e impulsado el desarrollo sostenible, GF Hoteles lleva años trabajando en un modelo en el cual la sostenibilidad es un eje transversal. En este nuevo periodo, se trabajará con constituir un equipo interno que de manera transversal impulse este objetivo, y que facilite que las iniciativas sostenibles se integren eficazmente en todas las áreas de la organización.

La clave de este modelo en la incorporación de la **Diversidad**, asegurando de que el equipo sea diverso en términos de funciones, departamentos y niveles jerárquicos y que estén integrados en los procesos de toma de decisiones de la organización.

Indicador de seguimiento



Número de acciones promovidas por el equipo transversal /año

Público objetivo



Empleados

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Mejora de la información a la hora de tomar decisiones
- Mejorar la conciencia en torno a la sostenibilidad.

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Fomentar la participación activa del equipo en la estrategia de sostenibilidad

Mejorar la comunicación interna de las acciones relacionadas con la sostenibilidad que se realizan en GF Hoteles

Periódicamente se ha venido informando al equipo de GF hoteles, a través de newsletter o correo, de los avances y acciones específicas que se desarrollan en torno a la estrategia de sostenibilidad de GF Hoteles.

Como pilar fundamental, en esta etapa, se continuará con la formación y divulgación de la Estrategia de Sostenibilidad, con sesiones y talleres en los que se explique de forma detallada los avances y compromisos con el desarrollo sostenible

Para este nuevo periodo, se pondrán también en funcionamiento, en la zona de comedor de personal, pantallas en las que se ofrezca información sobre estos avances.

Anualmente se organizará un juego en el que podrán participar todos los empleados de GF Hoteles, para impulsar la implicación de los equipos y su familiarización con la Estrategia de Sostenibilidad.

Indicadores de seguimiento

- Número de sesiones presenciales
- Número de participantes

Público objetivo



Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Mejora de la información a la hora de tomar decisiones
- Impulso a la estrategia de sostenibilidad

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Fomentar la participación activa del equipo en la estrategia de sostenibilidad

Obtener feedback del equipo con respecto a la sostenibilidad

Obtener feedback del equipo con respecto a la sostenibilidad permite disponer de información muy valiosa sobre las prácticas sostenible actuales u otras que el equipo pudiese identificar.

A su vez el feedback ayuda a entender si la política de sostenibilidad está alineada con los valores y creencias del equipo; permite evaluar la comprensión del equipo sobre la política de sostenibilidad; revela posibles desafíos o barreras que los empleados puedan enfrentar al intentar cumplir con la política de sostenibilidad, además de facilitar información sobre cómo la política de sostenibilidad afecta el trabajo diario de los empleados.

Indicadores de seguimiento

- Número de preguntas
- Número de encuestas respondidas

Público objetivo



Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Mejora de la capacitación del equipo.
- Mejorar la conciencia en torno a la sostenibilidad.

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Fomentar la participación activa del equipo en la estrategia de sostenibilidad

Proporcionar formación experimental a los equipos a través de visitas a empresas e instituciones

En ejercicios anteriores se han desarrollado varias visitas a la sede de empresas o instituciones con idea de concienciar y formar al equipo de GF hoteles en la aplicación práctica de la sostenibilidad conociendo otros negocios y buenas prácticas que están impulsando el desarrollo sostenible.

Para el periodo 2024 - 2027 se continuará en esta línea, que tanta aceptación ha tenido entre el equipo, ampliando los acuerdos con otras entidades y extendiendo las visitas a más trabajadores y trabajadoras de GF hoteles. Promover iniciativas que ayuden a crear conciencia y aumentar el interés (tanto entre el equipo como entre los clientes), por ejemplo: proporcionar formación actualizada y obligatoria en sostenibilidad, concienciar al cliente sobre un consumo moderado y fomentar la conciencia colectiva (por ejemplo, visitando el Punto de Información de Residuos Sólidos periódicamente o mensualmente).

Indicadores de seguimiento

- Número de visitas realizadas
- Número de personas participantes

Público objetivo



Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos



Mejorar la conciencia en torno a la sostenibilidad.



Reducción de la huella de carbono

NUEVA INICIATIVA

Hacer partícipes a los clientes de las acciones desarrolladas

Factura verde

Seguir proporcionando información sobre la huella de carbono de la estancia del cliente en el momento de la salida.

Se trata de ofrecer información sobre la huella de carbono generada de manera contextualizada, explicando la reducción que se ha producido en los últimos años, y algunas de las acciones más importantes realizadas para lograr esta disminución.

Indicadores de seguimiento



Número de hoteles que emplean la factura verde



% de clientes impactados

Público objetivo



Clientes

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos



Mejora de la información a la hora de tomar decisiones



Impulso a la estrategia de sostenibilidad

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Hacer partícipes a los clientes de las acciones desarrolladas

Incorporar preguntas relacionadas con la sostenibilidad en las encuestas de satisfacción de clientes

Desde hace años GF hoteles ha incorporado en las encuestas de satisfacción de clientes varias preguntas relacionadas con la sostenibilidad. Es importante seguir contando con esta información que se obtiene de primera mano, directamente del cliente, con idea de conocer la percepción y expectativas que tienen con respecto a todo el trabajo que desde los establecimientos se hace para impulsar el desarrollo sostenible.

Adicionalmente este tipo de acciones también fortalece la relación con los clientes, genera confianza y contribuye a la construcción de una marca sostenible y centrada en el cliente.

Indicadores de seguimiento



Número de preguntas



Número de encuestas respondidas

Público objetivo



Clientes

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030

Gobernanza

ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos



Mejorar la conciencia en torno a la sostenibilidad.



Impulso a la estrategia de sostenibilidad

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Hacer partícipes a los clientes de las acciones desarrolladas

Diseñar juegos y entretenimiento relacionados con la sostenibilidad

A lo largo del año se desarrollan diferentes acciones vinculadas al desarrollo sostenible en la que los clientes, de todas las edades y perfiles, pueden participar. Algunos ejemplos son el jardín vertical, talleres de reciclaje en el miniclub, celebración de días especiales (medioambiente, los océanos, ...) entre otros.

En este nuevo periodo se seguirán impulsando este tipo de iniciativas que pretenden potenciar otro tipo de entretenimiento vinculado a los valores de GF hoteles y a su compromiso con las personas y el entorno.

Indicadores de seguimiento



Número de actividades ejecutadas



Número de personas que participan

Público objetivo



Clientes

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030

Gobernanza

ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos



Mejorar la conciencia en torno a la sostenibilidad.



Impulso a la estrategia de sostenibilidad

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Reforzar en plan de comunicación en torno a la estrategia de sostenibilidad

Mejora de la comunicación en redes y web

La comunicación de las acciones desarrolladas es fundamental no sólo porque sirve para transmitir información, sino también ayuda a construir relaciones sólidas con los stakeholders, fomentar la confianza, motivar al personal y crear una cultura organizacional centrada en la sostenibilidad.

En esta línea se sugiere reforzar los canales y herramientas empleadas, como por ejemplo:

- Más frecuencia en las publicaciones.
- Web app.
- Uso del storytelling.
- Promociones empleando imágenes y videos de alta calidad.

Indicadores de seguimiento



Número de publicaciones



Número de impactos

publicaciones

Público objetivo



Empleados



Clientes



Comunidad



Proveedores

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030

Gobernanza

ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos



Mejorar la conciencia en torno a la sostenibilidad.



Impulso a la estrategia de sostenibilidad

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Reforzar en plan de comunicación en torno a la estrategia de sostenibilidad

Ampliar los soportes de comunicación para compartir los principales hitos y proyectos en los que se trabaja

Incorporar al plan de comunicación el uso de otros soportes que faciliten la comprensión por parte de los clientes de las distintas acciones que se desarrollan en torno a la estrategia de sostenibilidad. Se trata de crear un modelo que sirva para informar, pero que no interfiera con su espacio y tiempo de vacaciones de los huéspedes, permitiendo al cliente decidir, si desea utilizar estos recursos y cuándo hacerlo.

Elementos como los códigos QR, flyers, pantallas de TV, infografías o canales de Tv interno pueden ser una buena solución para alcanzar este objetivo.

Indicadores de seguimiento



Número de soportes desplegados



Grado de satisfacción (encuestas)

Público objetivo



Clientes



Empleados

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030

Gobernanza

ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos



Mejorar la conciencia en torno a la sostenibilidad.



Impulso a la estrategia de sostenibilidad

NUEVA INICIATIVA

Reforzar en plan de comunicación en torno a la estrategia de sostenibilidad

Celebrar el Foro de presentación de avances y del Plan de sostenibilidad

La celebración de un acto de presentación debe servir para mostrar, de manera transparente, el compromiso de GF Hoteles con la sostenibilidad. En esta línea se celebrará periódicamente un foro de presentación de avances y del Plan de sostenibilidad.

Este Foro, en el que asistirán una representación de los diferentes stakeholders relacionados con GF Hoteles (empleados, proveedores, Touroperadores, administraciones públicas, ong's, ...) espera convertirse en un espacio para la participación, el diálogo y el intercambio de experiencias, lo que puede fortalecer el impacto, el impulso y la aceptación de la estrategia a nivel interno y externo.

Indicadores de seguimiento



Número de foros celebrados



Número de personas asistentes

Compromiso 2024 -2027

1

Foros

Público objetivo



Empleados



Clientes



Comunidad



Proveedores

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030

Gobernanza

ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos



Mejorar la conciencia en torno a la sostenibilidad.



Impulso a la estrategia de sostenibilidad

NUEVA INICIATIVA

Reforzar en plan de comunicación en torno a la estrategia de sostenibilidad

Emplear elementos del marketing sostenible

El marketing sostenible combina, a través de campañas creativas y de forma sutil, elementos y mensajes, con el objetivo de transmitir ideas logrando, además, un efecto que llama a la acción, pero sin invadir el espacio del receptor. Su propósito es generar conciencia y fomentar la responsabilidad social y ambiental, usando elementos que de manera original impulsan a la acción y que crean un efecto memorable en el receptor.

Algunas sugerencias pueden ser:

- **Combinar la imagen de GF hoteles con el mensaje**, como es el caso de la campaña de Coca Cola que transformó su logo para representar una mano que deposita latas en la basura es una forma creativa de visualizar el mensaje de reciclaje. La imagen es impactante y busca llamar la atención del público.
- **Emplear soportes cotidianos para transmitir mensajes** (caso de IKEA en las estaciones de guaguas promoviendo que la gente camine, cajas de envío de Ebay con mensaje explicando el proceso de reciclaje para obtener esta caja,...)

Indicadores de seguimiento



Número de campañas creativas



Impactos de las campañas

Público objetivo



Empleados



Clientes



Comunidad



Proveedores

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Fomento de la innovación
- Reducción del impacto en el entorno.

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Consolidar y ampliar las colaboraciones y alianzas con actores clave de la sociedad

Continuar las colaboraciones en proyectos innovadores que impulsen la sostenibilidad

La estrategia de Sostenibilidad de GF hoteles destaca por su predisposición a generar alianzas que impulsen el desarrollo sostenible. Para 2024-2027 también se seguirá trabajando en esta línea con la consolidación e impulso a:

- Proyectos de investigación con las Universidades
- Proyectos en alianza con el sector hotelero
- Proyectos promovidos por los proveedores que experimenten sus nuevos productos o servicios en los establecimientos de GF Hoteles
- Proyectos con Administraciones públicas o tercer sector que promuevan el beneficio de la sociedad.

Indicadores de seguimiento

Número de proyectos impulsados

Público objetivo

Clientes

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Mejorar la conciencia en torno a la sostenibilidad.
- Impulso a la estrategia de sostenibilidad

NUEVA INICIATIVA

Consolidar y ampliar las colaboraciones y alianzas con actores clave de la sociedad

Dar voz a los proveedores/aliados en una sección específica del blog/noticias

Los **proveedores** son una pieza fundamental para lograr el impulso al desarrollo sostenible, ya que ellos mismos pueden adaptar sus procesos y la materia prima o productos que comercializan, para alinearse con los objetivos de sostenibilidad de GF hoteles.

Crear un espacio en los que se dé voz a los proveedores concienciados con la visión sostenible, es una buena fórmula de poner en valor el esfuerzo que hace y por otro lado estrechar las relaciones de confianza. Para ello se habilitará un espacio un espacio en el blog de GF Hoteles en el que se visibilizará a dichos proveedores.

Además se propone realizar un evento destinado específicamente a los proveedores, para compartir las iniciativas e identificar nuevas líneas de colaboración.

Indicadores de seguimiento

- Número de proveedores involucrados
- Número de proveedores involucrados
- Número de publicaciones realizadas

Público objetivo

Proveedores

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Mejorar la conciencia en torno a la sostenibilidad.
- Impulso a la estrategia de sostenibilidad

NUEVA INICIATIVA

Consolidar y ampliar las colaboraciones y alianzas con actores clave de la sociedad

Incorporar el criterio de diversidad en los proveedores

En este periodo se espera poner en marcha una nueva iniciativa que persigue promover la diversidad y la inclusión en las operaciones de GF Hoteles y en sus relaciones con proveedores. Para ello será necesario promover las alianzas con proveedores diversos, que pueden ser propiedad de minorías, mujeres, personas con discapacidad y otros.

Este enfoque no solo respalda la diversidad y la inclusión, sino que también fomenta la innovación y el intercambio de ideas. Al trabajar con una variedad de proveedores diversos, GF Hoteles espera beneficiarse de diferentes perspectivas y enfoques, lo que a su vez puede llevar a la mejora de sus operaciones y a un mayor éxito en sus negocios.

Indicadores de seguimiento

- Establecimiento de la política de diversidad con proveedores (SI/No)
- Número de proveedores diversos con los que se trabaja

Público objetivo

- Proveedores
- Comunidad

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Mejorar la conciencia en torno a la sostenibilidad.
- Impulso a la estrategia de sostenibilidad

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Consolidar y ampliar las colaboraciones y alianzas con actores clave de la sociedad

Realizar acciones de divulgación con los centros educativos

En la Estrategia de sostenibilidad de GF Hoteles la divulgación de los principios de la sostenibilidad entre diversos actores de la sociedad siempre ha sido un aspecto a destacar y en especial en todas las acciones relacionadas con los más pequeños.

En este contexto, las charlas en los colegios ha sido una actividad continua que se impulsará aún más en este nuevo periodo, tanto en los colegios con los que existe un convenio de colaboración como con otros que solicitan este servicio en el propio colegio o a través de visita en los establecimientos de GF hoteles.

Adicionalmente se organizarán acciones participativas de seguimiento, para que los alumnos que asistan a dichas sesiones puedan mostrar lo aprendido.

Indicadores de seguimiento

- Número de centros involucrados
- número de alumnos participantes

Público objetivo



Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030

Gobernanza

ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Fomento de la innovación a través de la nueva plataforma
- Mejorar la comunicación y la cohesión del equipo

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Crear una experiencia para el equipo basada en principios de bienestar, participación y desarrollo de las personas

Mejora de la comunicación interna con el equipo

Se ha planificado la mejora de la intranet de la empresa a través de una nueva App que facilitará en envío de comunicaciones, ofrecer información sobre eventos, talleres o cursos internos, así como, concentrar en un único lugar toda la información relacionadas con descuentos u otros beneficios a los que pueden optar los empleados del Grupo Fedola. Algunas de las funcionalidades de la nueva app son:

- Informa de todas las noticias y actualidad.
- Contenidos atractivos con imágenes y vídeos.
- Conocimiento compartido con el empleado.
- Encuestas de satisfacción y clima laboral.
- Entrega de nóminas y gestor de documentos.
- Conversaciones directas con tus empleados.
- Conoce la opinión de tus empleados.
- Acceso multicanal desde web y móvil.

Indicadores de seguimiento

- Número de descargas de la app
- Número de visualizaciones

Asistentes

Público objetivo

Empleados

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030

Gobernanza

ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

+ Impulso al modelo de innovación de GF Hoteles
Atracción del talento.

NUEVA INICIATIVA

Crear una experiencia para el equipo basada en principios de bienestar, participación y desarrollo de las personas

Definir y dar a conocer la propuesta de valor del Empleado (EVP)

Definir y dar a conocer la Propuesta de Valor del Empleado (EVP o Employee Value Proposition) se ha convertido en uno de los temas más relevantes para cualquier organización pero en especial para las cadenas hoteleras preocupadas con la retención y atracción del talento.

Se trata de construir, en base a la **experiencia del empleado (EX)** un conjunto de beneficios, tanto materiales como inmateriales, que ofrece la empresa y en que algunos casos hasta la hacen única. Para crear esta propuesta es imprescindible comprender la percepción de los empleados actuales, de la dirección y de la sociedad, especialmente para el tipo de candidatos a seleccionar.

La comunicación del EVP se ha convertido en todo un reto para cualquier empresa preocupada por la consolidación de su marca y su capacidad para atraer y retener al talento,

Indicadores de seguimiento

➔ Disponer de EVP (si/no)

Público objetivo

Empleados

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030

Gobernanza

ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

+ Conciliación familiar y laboral

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Crear una experiencia para el equipo basada en principios de bienestar, participación y desarrollo de las personas

Impulso a la conciliación y la corresponsabilidad de progenitores

Desde hace años GF Hoteles ofrece una gran variedad de servicios que además de facilitar conciliación laboral y profesional y también impulsan la corresponsabilidad en el cuidado de los menores por parte de ambos progenitores. Algunas de estas iniciativas son:

- Organización de Campamentos, Grupo Fedola dentro de las instalaciones del GF ISABEL, para los hijos de los empleados, durante las fechas de vacaciones escolares (verano, navidades, Semana Santa).
- Publicitar los periodos de excedencia para cuidado de hijos menores de 3 años.
- Favorecer la guarda legal sin necesidad de reducción de jornada.
- Fomentar las excedencias para el cuidado de hijos.
- Negociación de conciliación trabajo-familia a quien lo solicite.

Para esta nueva etapa se pretende impulsar aún más su uso, por parte de los trabajadores de GF Hoteles.

Indicadores de seguimiento

- ➔ Número de campamentos
- ➔ Número de asistentes

Público objetivo

Empleados

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030

Gobernanza

ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

+ Mejora de la capacitación de los equipos

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Crear una experiencia para el equipo basada en principios de bienestar, participación y desarrollo de las personas

Consolidación del Plan de formación

En esta nueva etapa la formación se verá impulsada por el uso de inteligencia artificial, reforzando todo el trabajo que ya se viene realizando a través de sesiones presenciales y online.

La formación sigue siendo uno de los principales pilares para impulsar el desarrollo profesional del equipo de GF Hoteles. Para este nuevo periodo, además de ampliar la oferta, incorporando más sesiones vinculadas a la innovación y el desarrollo sostenible. Otras acciones de formación planificadas se dividen en:

- Relaciones interpersonales.
- Logros y Objetivos profesionales.
- Desempeño de tareas.
- Bienestar físico.
- Bienestar emocional.
- Idiomas. Destaca para este nuevo periodo, el proyecto de Academia permanente de idiomas, que se inició hace unos años, se va a potenciar aún más. Se espera aumentar los idiomas ofrecidos y flexibilizar aún más las opciones de formación para que más empleados puedan beneficiarse.

Indicadores de seguimiento

- ➔ Número de sesiones impartidas
- ➔ Número de asistentes

Público objetivo

Empleados

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030

Gobernanza

ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

+ Mejora de la capacitación de los equipos

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Crear una experiencia para el equipo basada en principios de bienestar, participación y desarrollo de las personas

Servicio de Coaching

GF Hoteles dispone de un servicio de coaching para asistir a las personas que forman parte de su plantilla (tanto a directivos, como a mandos intermedios, como al conjunto de la plantilla). Se ofrecen dos tipos de coaching:

- Nivel personal, para asistir de manera individualizada de cara a que las personas alcancen los objetivos que se plantean.
- Nivel colectivo para ayudar a los equipos de trabajo a mejorar su eficiencia, su clima, etc.

El coaching supone procesos de acompañamiento continuado, en plena jornada laboral y que ayudan a que los empleados profundicen en su conocimiento, aumenten su rendimiento y mejoren su calidad de vida. En esta nueva etapa se espera impulsar mucho más el uso de este servicio por parte de los empleados

Indicadores de seguimiento

- ➔ Número de sesiones
- ➔ Número de participantes asistidos

Público objetivo

Empleados

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030

Gobernanza

ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

+ Mejora el bienestar del equipo

NUEVA INICIATIVA

Crear una experiencia para el equipo basada en principios de bienestar, participación y desarrollo de las personas

Incorporar robots de apoyo para carga en restaurantes o limpieza

GF Hoteles es consciente de que hay labores que requieren esfuerzos físicos para su equipo, ha planificado la incorporación de robots , que alivien las tareas de carga o limpieza en los restaurantes y complementen el trabajo de los trabajadores y trabajadoras.

Indicadores de seguimiento

➔ Número de robots incorporados

Público objetivo

Empleados

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso a un modelo de gestión innovador
Mejora de la transparencia
- Reducir el consumo energético y de agua
Reducir la generación de residuos

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Potenciar la innovación como catalizador que promueve la sostenibilidad

Mejora del Data Management

Mejorar los procesos de recopilación organización y acceso a los datos con idea de hacerlos más eficientes y proporcionar una visión más clara y consistente para la toma de decisiones. Paralelamente, la automatización y simplificación de estos procesos, permite mejorar la seguridad de la información y su integridad y mejor la posición competitiva de la organización la se capaz de dar respuesta a los cambios del mercado de manera más ágil.

En la actualidad se trabaja en varios proyectos relacionados con:

- Digitalización en el **metering** de energía, residuos y consumo de agua. (Aplanet)
- Business Intelligence integrando todas las fuentes de datos: PMS, ERP, Aplanet, TPV, ...
- Disponer de servidores cloud hospedados en Data Center cuya huella de carbono es neutra

Indicadores de seguimiento

Número de procesos medidos

Público objetivo

- Comunidad
- Clientes

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso a la innovación
- Reducción de los recursos empleados.

NUEVA INICIATIVA

Potenciar la innovación como catalizador que promueve la sostenibilidad

Incorporar el machine learning para optimizar los procesos operativos y de marketing

El machine learning puede mejorar significativamente eficiencia operativa, la experiencia del huésped y la toma de decisiones estratégicas. Algunas de las áreas en las que se puede emplear son:

- Gestión de Reservas y Precios con idea de optimizar la ocupación y maximiza los ingresos.
- Personalización de la Experiencia del Huésped detectando recomendaciones personalizadas, servicios adaptados y ajustes automáticos de la habitación según las preferencias del huésped.
- Detección de Fraude en Reservas identificando patrones anómalos en las reservas.
- Optimización de Operaciones y Mantenimiento ayudando tanto en la detección de fallo como en la prevención.
- Chatbots y Asistentes Virtuales para proporcionar respuestas rápidas a consultas de los huéspedes o realizar reservas.
- Análisis de la satisfacción de los clientes analizando los patrones de opiniones y comentarios de los huéspedes redes.
- Gestión de Recursos Humanos ayudando en todos los aspectos relacionados con la organización de turnos o identificación de patrones de rotación del personal.
- Sistemas de Seguridad y Vigilancia detectando comportamientos sospechosos y alertar al personal de seguridad.
- Análisis de Datos de huéspedes para Marketing para mejorar la efectividad de las campañas y promociones.
- Predicción de cancelaciones de reservas analizando patrones históricos de posibles cancelaciones de reservas.

Indicadores de seguimiento

- Áreas en los que se aplica el ML
- Ahorros

Público objetivo

- Empleados
- Clientes
- Comunidad
- Proveedores

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso a la innovación
- Reducción de los recursos empleados.

NUEVA INICIATIVA

Potenciar la innovación como catalizador que promueve la sostenibilidad

Mejora de la eficiencia de procesos de gestión interna empleando plataformas de automatización especializadas

La automatización de los procesos operativos y repetitivo de menos valor, permite mejorar la eficiencia, reducir errores y aprovechar al máximo los recursos y el talento, en cual de puede concentrar en las actividades estratégicas y de calidad.

En el mercado existen varias plataformas que de manera sencilla permiten realizar esta automatización como el es caso de Zappier o Microsoft Power Automate. El abanico de posibilidad es muy amplio con ejemplos que van desde el traslado de los datos de los correos recibidos a una base de datos centralizados hasta la recepción de facturas y volcado en el sistema contable, pasando por notificaciones de eventos en los calendarios, o generación de reportes periódicos, entre otros.

Indicadores de seguimiento

Número de procesos automatizados

Público objetivo

- Empleados
- Clientes
- Proveedores

Agenda 2030

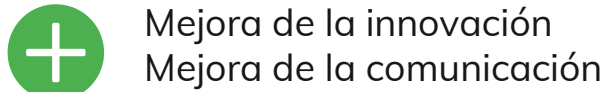
Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos



NUEVA INICIATIVA

Potenciar la innovación como catalizador que promueve la sostenibilidad

Incorporar la realidad aumentada como herramienta de promoción

La realidad aumentada se ha posicionado como una de las tecnologías más punteras en la promoción y comercialización de los establecimientos hoteleros, gracias a su capacidad de mostrar de forma casi real la experiencia de la que pueden disfrutar los clientes en el establecimiento.

- Otros posibles usos pueden ser:
- Ofrecer Publicidad Interactiva en Folletos y Anuncios.
 - Cartelería Interactiva en el Lobby.
 - Menús de Restaurantes en AR.
 - Ofertas y Descuentos Interactivos.
 - Experiencias Interactivas en Habitaciones.
 - Visitas a las salas para Eventos y Bodas Virtuales
 - Pruebas Virtuales de Spa o Servicios de Bienestar
 - Ofrecer actividades Interactivas para Niños

Público objetivo

Clientes

Indicadores de seguimiento

- ➔ Número de campañas
- ➔ Impactos

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso a la innovación
Mejora de la eficiencia
- Optimización de recursos

NUEVA INICIATIVA

Potenciar la innovación como catalizador que promueve la sostenibilidad

Implantar un modelo de gestión de Proyectos

Un modelo de gestión de proyectos es un conjunto estructurado de procesos, metodologías, herramientas y prácticas que guían la planificación, ejecución y control de proyectos con el objetivo de alcanzar sus objetivos de manera eficiente y efectiva. Este modelo proporciona una estructura para organizar y gestionar recursos, actividades y tareas a lo largo del ciclo de vida del proyecto.

GF Hoteles está trabajando en la implantación de una herramienta, workspace, que facilitará esta labor y la coordinación entre todos los miembros del equipo.

Indicadores de seguimiento

Número de proyectos gestionados con la herramienta

Público objetivo

Empleados

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso a la innovación.
- Mejora del engagement y satisfacción del equipo
- Impulso a la estrategia de sostenibilidad

NUEVA INICIATIVA

Potenciar la innovación como catalizador que promueve la sostenibilidad

Crear un laboratorio de Innovación in-house

Se trataría de crear un espacio polivalente dentro de la propia organización cuyo objetivo sea el promover la colaboración, la creatividad y la innovación en su estado más puro.

El espacio físico de las salas para la innovación debe ser flexible y versátil, colorido, con elementos y mobiliario que permitan reconfigurar fácilmente el espacio cuantas veces sea necesario y que permitan crear zonas diferenciadas. Además, se deben incluir accesorios como paneles, pizarras, pufs y taburetes que permitan adaptar la sala y sus elementos a cada tipo de dinámica.

También debe contar con infraestructura para llevar a cabo dinámicas sociales y de equipo, como por ejemplo un mini ágora con gradas adaptables. Igualmente es importante trabajar y disponer de un repertorio de dinámicas o plantillas que se puedan emplear dependiendo de la sesión que se va a desarrollar, basadas en metodologías ágiles, para que las sesiones sean muy eficientes.

Indicadores de seguimiento

- Número de acciones propuestas
- Número de participantes

Público objetivo

- Empleados
- Clientes
- Comunidad
- Proveedores

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso a la innovación.
- Mejora del engagement y satisfacción del equipo
- Impulso a la estrategia de sostenibilidad

NUEVA INICIATIVA

Potenciar la innovación como catalizador que promueve la sostenibilidad

Formación en innovación a todo el personal

La innovación es un catalizador muy importante para seguir avanzando en impulso al desarrollo sostenible, incorporando de manera continua cambios en la forma en que pensamos, vivimos y hacemos negocios, siendo un motor esencial para la transición hacia prácticas más sostenibles y resilientes.

Contar con un equipo formado, que disponga del conocimiento y las habilidades y mentalidades necesarias para impulsar y entender la innovación permita hacer frente de manera más ágil a los desafíos y al entorno cambiante.

Indicadores de seguimiento

- Número de sesiones celebradas
- Número de participantes

Público objetivo



Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

Impulso a la innovación.

Impulso a la estrategia de sostenibilidad

NUEVA INICIATIVA

Potenciar la innovación como catalizador que promueve la sostenibilidad

Contador de personas para control de buffet

El contador de personas es un sistema **que permite visualizar los datos** sobre el **comportamiento del consumidor** en el restaurante. Con esta herramienta GH Hoteles espera ofrecer a sus clientes una experiencia más agradable, no solo por el análisis del tipo de cliente sino también por la reducción de los tiempos de espera y disponer del personal necesario para atenderlos.

Indicadores de seguimiento

Satisfacción del cliente

Público objetivo

Empleados

Clientes

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso a la innovación.
- Impulso a la estrategia de sostenibilidad

NUEVA INICIATIVA

Potenciar la innovación como catalizador que promueve la sostenibilidad

Consolidar el Observatorio de innovación y tendencias en sostenibilidad

Desde hace años en GF Hoteles se desarrolla una importante labor de búsqueda de información y análisis de buenas prácticas para incorporarlas a la operativa de los establecimientos. Se recomienda protocolizar y estructurar esta área de manera que este análisis se haga de manera más efectiva y eficiente y se consolide el trabajo desarrollado hasta la fecha.

Indicadores de seguimiento

- Número de personas destinadas a este fin
- Número de buenas practicas identificadas e implantadas

Público objetivo



Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Mejora del conocimiento del equipo.
- Reducción de la huella de carbono

NUEVA INICIATIVA

Promocionar el patrimonio cultural y gastronómico de Canarias

Formar al personal sobre los productos locales utilizados para que puedan comunicarlo al cliente

Con el objetivo de dar a conocer el patrimonio gastronómico de Canarias y el tipo de producto local que se emplea en su elaboración, es imprescindible contar, tanto en cocina como en sala, con una plantilla formada que conozca en profundidad la materia prima, sus beneficios nutricionales, formas de cultivo o extracción o su historia, entre otros.

Se han planificado acciones formativas de “**Valorización del producto local**” que se desarrollará de manera continua para el personal de sala y cocina de todos los hoteles. Esta formación será impartida, por un lado, por el propio personal de GF hoteles y por otro, por personas expertas en distintas materias, para lo que será necesario desarrollar un modelo de alianzas con proveedores y entidades especializadas en el tipo de producto en cuestión.

Indicadores de seguimiento

- Número de cursos impartidos
- Número de asistentes

Público objetivo

Empleados/as

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso economía local
- Reducción de CO2 al impulsar el producto Km 0.

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Promocionar el patrimonio cultural y gastronómico de Canarias

Ofrecer más productos canarios de proximidad (Km 0) en restaurantes, bares y tiendas

Para GF Hoteles la apuesta por el producto local siempre ha sido un elemento fundamental de su modelo de negocio, entendiendo que este concepto no solo se traduce en el uso de producto km 0 en sus restaurantes, sino que se extiende a la contratación y compra de otros servicios y productos.

Continuando con esta trayectoria GF hoteles se encuentra en un momento de análisis de toda su cadena de valor con idea de impulsar mucho más los productos locales que ofrecen a sus clientes tanto en los restaurantes, minibar como en las tiendas, así como la contratación de otros servicios proporcionados por proveedores locales.

Indicadores de seguimiento

Porcentaje de producto local

Público objetivo

- Proveedores
- Clientes

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso economía local
Mejora del bienestar
- Reducción de CO2 al impulsar el producto Km 0.

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Promocionar el patrimonio cultural y gastronómico de Canarias

Proporcionar opciones de alimentación infantil con productos de temporada local

En los establecimientos de GF Hoteles, se hospedan numerosas familias junto con sus hijos, razón por la cual se han incorporado opciones de menú infantil saludable elaborado con productos locales de temporada. Esta iniciativa, implementada desde hace un tiempo, ha sido recibida con gran aceptación por parte de las familias. Agradecen el compromiso asumido, que no solo beneficia la salud de sus pequeños sino que también les brinda la oportunidad de conocer de primera mano los productos locales de la isla y su aplicación en la gastronomía cotidiana.

Para el periodo 2024-2027, se continuará impulsando esta iniciativa con la introducción de nuevos menús. El objetivo es ampliar aún más la oferta de servicios, satisfaciendo las necesidades de las familias y promoviendo un estilo de vida saludable para los más jóvenes. GF Hoteles se compromete a seguir ofreciendo experiencias culinarias únicas y beneficiosas para todos sus huéspedes.

Indicadores de seguimiento

- Porcentaje de menús saludables con producto local
- Grado de satisfacción del cliente

Público objetivo



Clientes

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso economía local
Mejora del bienestar
- Reducción de CO2 al impulsar el producto Km 0.

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Promocionar el patrimonio cultural y gastronómico de Canarias

Organizar actividades culinarias centradas en platos típicos canarios

En los buffets y restaurantes a la carta de GF Hoteles, además de ofrecer una amplia variedad de platos internacionales, siempre reservan un espacio para las recetas y platos tradicionales canarios. Esta iniciativa ha sido muy bien recibida por los clientes, quienes tienen la oportunidad de conocer y degustar el rico patrimonio culinario de las islas.

En este nuevo periodo, se continuará incorporando y ampliando este tipo de recetas en los buffets de los establecimientos, brindando a los huéspedes una experiencia gastronómica única y auténtica.

Indicadores de seguimiento

- Número de actividades celebradas
- Número de participantes

Público objetivo



Clientes

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso economía y cultura local
Mejora del bienestar
- Reducción de CO2 al impulsar el producto Km 0.

ACCIÓN DE CONTINUIDAD

Promocionar el patrimonio cultural y gastronómico de Canarias

Promocionar la cultura y tradiciones de Canarias a través de las actividades de ocio en los hoteles

El patrimonio cultural de Canarias se refleja de manera destacada en las actividades de ocio de los hoteles. Esto incluye actuaciones que representan los bailes y cantos canarios, así como la celebración de días especiales con sesiones teatralizadas que ofrecen una visión de la vida de los aborígenes en las islas.

En esta misma línea, para el próximo periodo, se ampliará esta oferta cultural, presentando otras manifestaciones de riqueza cultural. Además, se incorporará el conocimiento de los juegos tradicionales en el miniclub, permitiendo que los niños también disfruten de estas experiencias culturales.

Indicadores de seguimiento

- Número de actividades celebradas
- Número de participantes

Público objetivo



Clientes

Agenda 2030

Dimensión Agenda Canaria 2030



ODS Agenda Global 2030



Impactos positivos y riesgos

- Impulso economía local
- Reducción de CO2 al impulsar el producto y servicios locales.

NUEVA INICIATIVA

Promocionar el patrimonio cultural y gastronómico de Canarias

Ofrecer información y/o la opción de comprar entradas para eventos culturales que se desarrollen en la isla.

Recientemente se ha puesto en marcha una nueva iniciativa que va a facilitar que el cliente disponga de toda la información posible en relación a la oferta de ocio relacionada con el impulso al patrimonio cultural y natural de la isla.

Para ello se ha dispuesto una plataforma de información y venta de entradas (www.emocionatetours.com) para asistir a eventos culturales, visitas a lugares emblemáticos o excursiones para visitar el patrimonio natural de Tenerife, entre otros.

Indicadores de seguimiento

- Número de consultas
- Número de entradas vendidas

Público objetivo



Cronograma



| Denominación | Acciones concretas | 2024 | | | | | | | | | 2025 | | | | | | | | | 2026 | | | | | | | | | 2027 | | | | | | | | |
|---|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|------|----|----|---|---|---|---|---|---|------|---|---|----|----|----|---|---|---|------|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Medioambiente | Ampliar las prácticas relacionadas con la economía circular | [Grid with shaded cells for 2024-2027] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Expandir la iniciativa de "Food waste" a otros hoteles. | [Grid with shaded cells for 2024-2027] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Desplegar más puntos de reciclaje. | [Grid with shaded cells for 2024-2027] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Continuar ofreciendo merchandising sostenible. | [Grid with shaded cells for 2024-2027] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Utilizar amenities completamente sostenibles. | [Grid with shaded cells for 2024-2027] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Extender la reducción de papel a otros departamentos. | [Grid with shaded cells for 2024-2027] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Continuar promoviendo la reducción del plástico de un solo uso. | [Grid with shaded cells for 2024-2027] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Recuperación de aguas del lavado de piscinas | [Grid with shaded cells for 2024-2027] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Reducción del término de energía | [Grid with shaded cells for 2024-2027] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Impulsar acciones de protección de la biodiversidad | Identificación y calculo CO2 de la planta ajardinada. | [Grid with shaded cells for 2024-2027] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Impulsar el plan de movilidad de GF Hoteles | Implementar el Carpooling y el Ride Sharing | [Grid with shaded cells for 2024-2027] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

ANEXOS

B GREEN LIFE

ANEXO I.

Alcance y trabajo realizado en la definición de la estrategia de sostenibilidad 2024 - 2027

Para el desarrollo de la estrategia de sostenibilidad de GF Hoteles para el periodo 2024-2027 se ha trabajado con un modelo que combina:

Alcance y trabajo realizado en la definición de la estrategia de sostenibilidad 2024 - 2027



Fases del trabajo

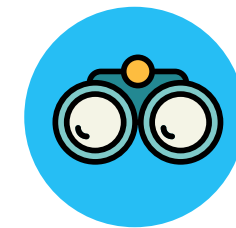
El trabajo se ha desarrollado atendiendo a las siguientes fases y calendario:



Kick Off

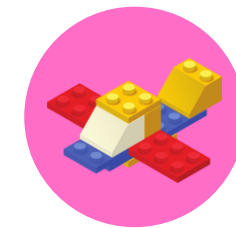


Análisis de buenas prácticas



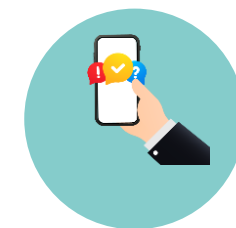
TALLER 1

Taller Retrospectiva

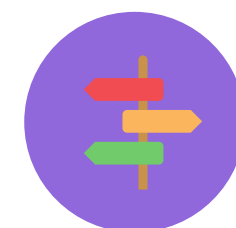


TALLER 2 - 4

Talleres estratégicos



Proceso participativo /entrevistas



Definición de la Estrategia

FechaS PropuestaS



25 enero



Febrero- marzo



14 febrero



16, 21 y 31 de octubre



Noviembre



diciembre - enero

ANEXO II.

Resumen de los talleres

Resumen de talleres participativos



Este documento resume las aportaciones del personal de GF Hoteles que asistieron a las tres sesiones participativas celebradas entre marzo a noviembre de 2023. La información aún no ha sido depurada o validada; simplemente se ha trasladado a este resumen de manera estructurada, atendiendo al orden y alcance de los trabajos. Se requerirá un análisis más amplio y desde otros tipos de enfoque para determinar qué propuestas se incluyen como recomendación en la estrategia 2023-2026.

Los talleres celebrados han sido:

- **Retrospectiva:** El taller se desarrolló en dos fases. En primer lugar, a través de un análisis retrospectivo; y en segundo lugar, mediante un trabajo grupal para reflexionar sobre posibles acciones o soluciones a implementar en base al análisis previo.
- **Clientes:** El taller se dividió en dos dinámicas: la elaboración y revisión del mapa de empatía de distintos arquetipos de clientes, y el análisis desde la perspectiva de la sostenibilidad del Customer Journey.
- **Innovación:** El taller se centró en identificar posibles barreras y soluciones en torno a las palancas o facilitadores de la innovación.
- **Engagement de personas:** En este taller se identificaron ideas para fomentar la participación e involucración del equipo de profesionales de GF Hoteles en el impulso de la sostenibilidad. Paralelamente se analizaron posibles acciones para comunicar la estrategia de sostenibilidad a los clientes

Taller 1: Retrospectiva

Análisis Retrospectiva

En esta parte del taller se pensó en aspectos positivos y negativos tanto del pasado como de cara la futuro:

¿Qué elementos nos pudieron detener o frenar en el pasado?

- Cambio de prioridades (por ejemplo, la crisis del COVID-19 y la pandemia).
- Falta de recursos (humanos y financieros) destinados a impulsar la sostenibilidad.
- Nivel bajo de modernización en términos de infraestructuras y equipamientos para el reciclaje.
- Estancamiento digital que ralentiza los procesos.
- Falta de formación e información, concienciación a todo el personal.
- Falta de interés de algunas personas, lo que se traduce en dificultades para involucrar a todos.





¿Qué factores nos han impulsado en el pasado?

- Tener una estrategia y una hoja de ruta clara de actuación, con indicadores y compromisos, así como contar con objetivos y compromisos desde el punto de vista de ahorros o rentabilidad.
- Logros, desafíos y acciones tangibles con resultados (las 3 RRR, reciclaje, reducción de la Huella de Carbono, disminución del desperdicio alimentario, eliminación de plásticos en la piscina) que facilitan la materialización de los conceptos y que motivan al equipo cuando se logran.
- El compromiso, los valores y los nobles ideales empresariales de la organización en favor de la sostenibilidad, lo cual se traduce en un sentimiento de orgullo por ser "un ejemplo" y formar parte de una empresa pionera.
- La aceptación de los clientes, así como los reconocimientos recibidos.
- Aspectos más idealizados como: saber que es posible crecer de otra manera (no solo pensando en términos económicos), la responsabilidad, considerar el impacto en las generaciones futuras y contribuir a un destino turístico responsable.

Taller 1: Retrospectiva

¿Qué barreras nos podemos encontrar en el camino de cara al futuro?

- La capacidad de generar conciencia colectiva, derivada de las dificultades para involucrar a todos, la falta de formación del equipo, la concienciación de los clientes, así como la actitud y el compromiso.
- Que las acciones y los logros no se visibilicen.
- Tecnología que no impulse el proceso.
- Falta de liderazgo a todos los niveles.
- Falta de recursos, medios o transparencia, lo cual además puede provocar desánimo en el equipo.
- Que los flujos de trabajo no sean ágiles o que no sepamos gestionar la falta de tiempo (a veces es difícil incluir la sostenibilidad en el día a día, dinámica de trabajo o en el tiempo disponible).
- Que no exista colaboración interdepartamental y las acciones se conviertan en acciones "aisladas".
- Deficiencias técnicas en el diseño estratégico, si no se trabaja de manera adecuada.





¿Qué faros en el horizonte nos pueden motivar de cara al futuro?

- Reconocimientos y premios que recibe GF Hoteles por sus acciones en torno a la sostenibilidad.
- El orgullo que generan proyectos concretos, como por ejemplo Food waste.
- Reflexionar sobre el impacto en generaciones futuras.
- Comprender que hay otra forma de crecer.

Acciones que podría llevar a cabo GF Hoteles e incorporarlas en la Estrategia de Sostenibilidad

De manera colaborativa se identificaron posibles acciones que se pueden incorporar a la Estrategia de Sostenibilidad 2023-2026, según las distintas dimensiones de la Agenda Canaria de Desarrollo Sostenible 2030.



Dimensión Planeta



- Utilizar amenities completamente sostenibles.
- Gestionar los residuos e impulsar el reciclaje en las habitaciones (con papeleras).
- Continuar impulsando la gestión de residuos en otras áreas de los hoteles: disponer de más papeleras para reciclaje, seguir promoviendo la reducción de plásticos, reciclar los jabones, reducir papel y envases en la cocina, extender la reducción de papel a otros departamentos, entre otras medidas.
- Expandir la iniciativa de "Food waste" a otros hoteles.
- Implementar tecnologías que impulsen y faciliten la sostenibilidad.
- Promover iniciativas que ayuden a crear conciencia y aumentar el interés (tanto entre el equipo como entre los clientes), por ejemplo: proporcionar formación actualizada y obligatoria en sostenibilidad, concienciar al cliente sobre un consumo moderado y fomentar la conciencia colectiva (por ejemplo, visitando el Punto de Información de Residuos Sólidos periódicamente o mensualmente).
- Realizar charlas en los colegios como medida de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).
- Incrementar las inversiones en sostenibilidad (equipo, recursos materiales, presupuesto).
- Contar con un Plan de Contingencia ante posibles desastres naturales.
- Reactivar el Plan de Movilidad (ajustando horarios y buscando alianzas con otros hoteles).
- Evitar la inacción: tener un plan de acción con compromisos, indicadores y seguimiento.

Dimensión Prosperidad

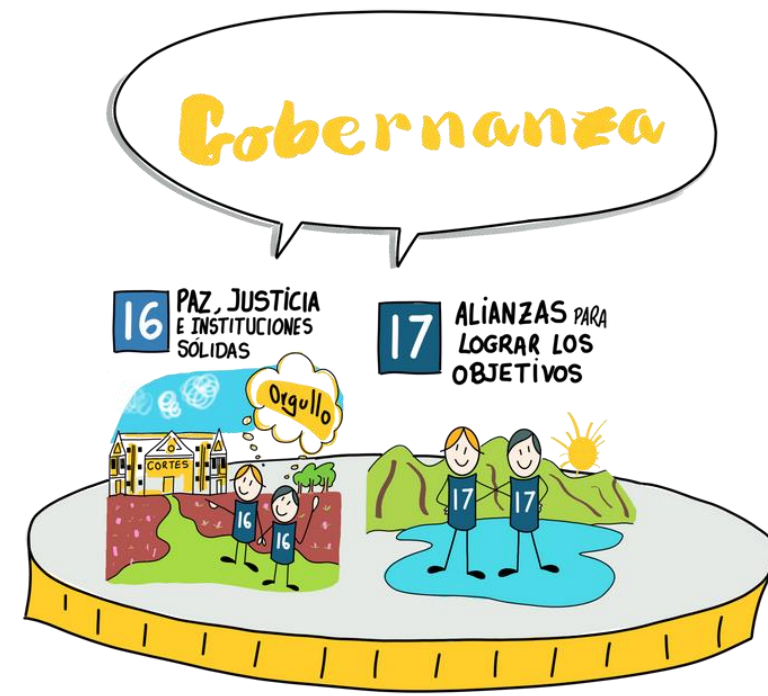


- Disponer de más recursos para promover la sostenibilidad (equipo, responsables en cada hotel, etc.).
- Impulsar la innovación tecnológica, con herramientas de seguimiento totalmente digitales (por ejemplo, comandas en el restaurante, PMS - Sistema de Gestión de Propiedades).
- Establecer una Oficina de Proyectos.
- Crear un Laboratorio de Innovación.
- Expandir la innovación en la reducción del desperdicio de alimentos a otros hoteles.

Dimensión Personas



- Proporcionar formación experimental a los equipos a través de visitas a empresas e instituciones.
- Implementar un equipo o propuesta mensual sostenible que involucre a todos los equipos (llamada a la acción con temáticas, juegos o competiciones).
- Obtener formación e información al preguntar a los equipos qué les motiva (a través de encuestas).
- Fomentar la colaboración social mediante la implementación de más proyectos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).



Dimensión Gobernanza

- Establecer un liderazgo empresarial y directivo que promueva una cultura y políticas claras y consistentes a todos los niveles, alineados para impulsar la sostenibilidad.
- Fomentar el conocimiento de la sostenibilidad con una visión global.
- Asignar presupuesto para sostenibilidad y considerar los riesgos y la rentabilidad.
- Formar un equipo de sostenibilidad transversal.
- Gestionar los datos de manera efectiva (Data Management).
- Implementar proyectos piloto que puedan extenderse al resto de hoteles.
- Mejorar la comunicación en tiempo real.
- Establecer colaboraciones y alianzas con agentes externos, liderando acciones en el destino (por ejemplo, un plan de movilidad).
- Continuar las colaboraciones con asociaciones y colegios en proyectos que impulsen la sostenibilidad.



Dimensión Cultura

- Acciones de sensibilización activa (no basta con poner un cartel, hay que contarlo) sobre el patrimonio gastronómico (km 0).

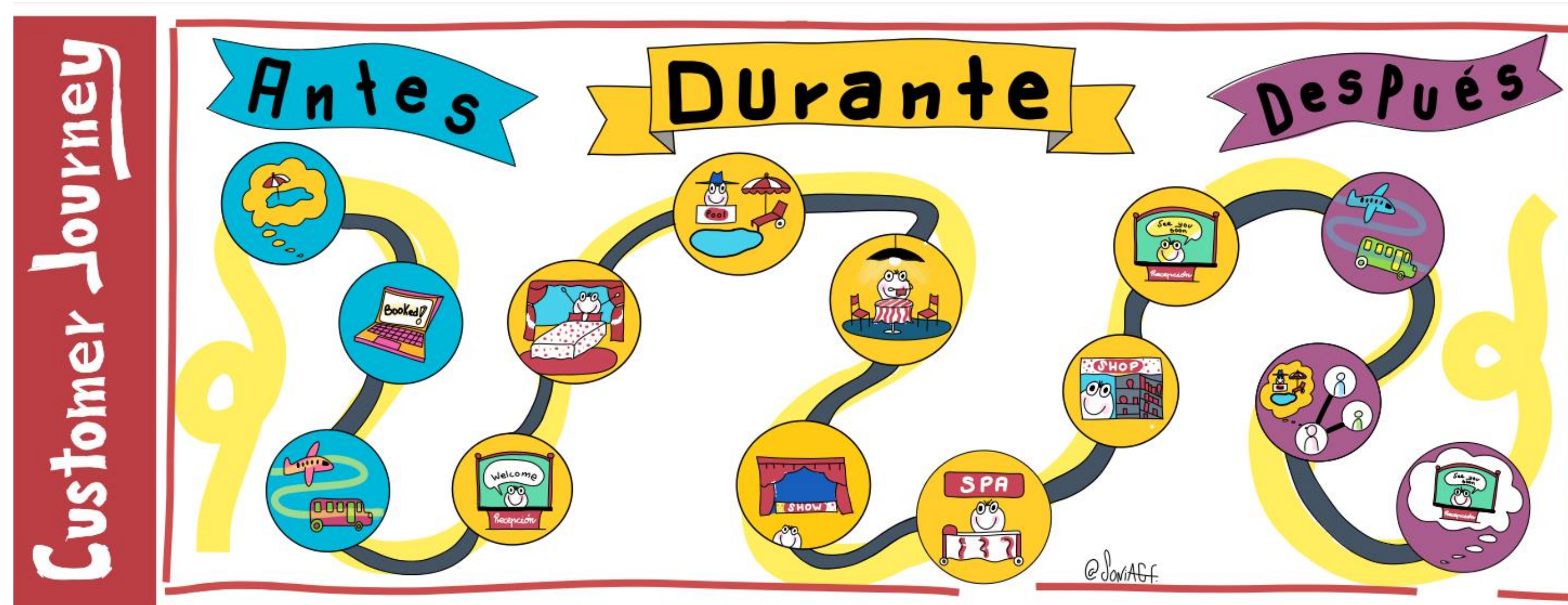






Customer Journey

Se reflexionó desde la visión del “customer journey” con idea de identificar posibles acciones que satisfagan la necesidades del cliente e impulsen la Agenda 2030 en cada momento en que puede existir una interrelación con los clientes.



Antes

Momento de decisión de compra:

- Proporcionar una experiencia "llave en mano" donde los clientes puedan elegir los servicios a medida.
- Enviarles información sobre los eventos o acciones relacionadas con la sostenibilidad que se realizan en el hotel (a través de newsletter, correo electrónico, redes sociales).
- Promocionar experiencias únicas en las que la sostenibilidad sea un elemento determinante.

Momento de la reserva

- Trabajar en el posicionamiento como una entidad que promueve el desarrollo sostenible en redes sociales.
- Mostrar en redes sociales muchos más casos de éxito y ejemplos de las actividades sostenibles que se realizan.
- Ofrecer información y la opción de comprar entradas para eventos culturales que se desarrollen en la isla.
- Brindar la posibilidad de reservar visitas guiadas a los establecimientos para conocer las prácticas sostenibles.
- Proponer acciones de voluntariado para los clientes (por ejemplo, limpieza de una playa, sendero, etc.).



Momento traslado

- Acuerdo con revistas que se distribuyen en los aviones para difundir la labor que se hace en materia de desarrollo sostenible
- Medición de huella de carbono del cliente hasta la llegada y proponerle actividades en la isla para compensarla.

Durante

Habitación

- Inclusión de marcas locales.
- Envío de mensajes automáticos por televisión.
- Información en la habitación sobre las actividades de Be Green Life.
- Disposición de cubos de reciclaje.
- Implementación de una habitación digital.

Recepción

- Ofrecer información digital sobre eventos sostenibles.
- Proporcionar una guía de eventos culturales.
- Utilizar carteles llamativos para captar la atención.
- Ofrecer un paquete de bienvenida con un código QR para evitar el aburrimiento.
- Brindar una bienvenida típica de Canarias (baile, alguna tradición típica).
- Presentar propuestas de servicios cruzados.
- Disponer de un catálogo de necesidades especiales.





Taller 2: Clientes

Restaurante

- Ofrecer productos de proximidad (Km 0).
- Fomentar la comunicación por parte del personal sobre los productos utilizados.
- Incluir códigos QR en la carta para acceder a información detallada sobre los platos.
- Proporcionar opciones de alimentación infantil con productos de temporada.
- Organizar actividades culinarias centradas en platos típicos canarios.

Shop

- Promocionar productos típicos de Canarias en las tiendas.
- Utilizar bolsas de tela con material reciclado.
- Evitar el uso de plástico en la tienda, incluyendo botellas de agua.

Taller 2: Clientes

Spa

- Ofrecer productos "eco" como aceites y cremas hechos en Canarias, por ejemplo, productos a base de Aloe vera.

Show

- Ofrecer recuerdos de eventos sostenibles.
- Promocionar la cultura y tradiciones de Canarias.
- Establecer un "Salón de la Fama" para los clientes más sostenibles.
- Organizar días temáticos centrados en el mar, la naturaleza, el reciclaje, entre otros.

Recepción salida

- Solicitar feedback a través de una encuesta de satisfacción.
- Proporcionar información sobre la huella de carbono en el momento de la salida, incluyendo comparativas y mejoras derivadas de las acciones implementadas.



Taller 2: Clientes

Después

Traslado al aeropuerto/vuelo

- Enviar un mensaje con un descuento para la próxima estancia.
- Enviar una newsletter de agradecimiento por su estancia.
- Ofrecer una aplicación con música y videos locales.

En casa/comparte con amigo y familiares su viaje

- Proporcionar música en formato Mp3 como parte de la promoción cultural.
- Enviar una felicitación de cumpleaños con imágenes que resalten la protección del medio ambiente en Canarias.
- Realizar publicidad a través de redes sociales.
- Compartir eventos y actividades sostenibles que se llevan a cabo en el hotel.









Cultura de la innovación

Barreras

- Inversión.

Soluciones

- Subvenciones
- Reconocimientos.

Recursos económicos

Barreras

- Sueldos bajos para el personal técnico/cualificado.

Soluciones

- Pagar adecuadamente al personal técnico.
- Economía de escala para que un técnico pueda dar servicios a varios hoteles y reciba mejor sueldo.

Taller 3: Innovación

Organigrama

Barreras

- Ausencia de equipo de sostenibilidad.
- Falta de responsable de proyectos.
- Gestión descentralizada de la innovación.

Soluciones

- Creación del equipo de sostenibilidad.
- Introducir figura del project manager.
- Crear laboratorio de innovación.

Espacio físico

Barreras

- Buzón nuevas ideas.
- Departamento físico de innovación.

Soluciones

- Grupos de trabajo.
- Crear un espacio físico que fomente la innovación (tipo FIT).
- Incentivar las buenas ideas.





Formación

Barreras

- Tiempo.
- Falta de involucración (rechazo).

Soluciones

- Motivación.
- Incentivos.

Comunicación

Barreras

- Sensación de poco reconocimiento.
- Poco feedback.
- Fallos en la cooperación interdepartamental.

Soluciones

- Premios a la implicación.
- App corporativa.
- Fomentos del uso de microsites.





Engagement del equipo

Análisis de acciones que actualmente se realizan para informar y promover la participación del equipo con respecto a la estrategia de sostenibilidad

- Formación
- Site Interna
- Redes Sociales
- Medios de comunicación
- Eventos
- Reuniones internas
- Acciones de movilización (ej día internacional del medioambiente)

Otro tipo de acciones que se pueden incorporar en el futuro

- Concurso de proyectos de innovación.
- Reuniones con la plantilla en las que participe la Dirección, con el propósito de persuadir y fomentar la participación.
- Aprovechar las reuniones de acogida para compartir el trabajo realizado en materia de sostenibilidad.
- Incluir la sostenibilidad como criterio al organizar las reuniones internas.
- Facilitar la recogida de información e ideas por parte del equipo.
- Potenciar INtratop.
- Contratar más personal para la comunicación interna.
- Desarrollar un decálogo de sostenibilidad.
- Implementar más acciones en torno a la dimensión cultural.

Barreras que impiden implantar estas acciones

- Tiempo.
- Presupuesto.

Taller 4: Engagement de personas



Comunicación y engagement de clientes

Antes y después de su estancia

- Publicaciones en redes sociales.
- Charlas sobre sostenibilidad.
- Videos de reconocimientos.
- Publicar una newsletter como resumen de las acciones de sostenibilidad.
- Promociones utilizando imágenes y videos de alta calidad.
- Ofrecer transporte ecológico desde y hacia el aeropuerto (mediante acuerdo con una empresa externa).
- Establecer un acuerdo con una revista para comunicar los avances en aviones.

Taller 4: Engagement de personas

Durante la estancia en el hotel

- Continuar promoviendo el "no uso de plástico".
- Fomentar el uso de productos canarios en bares y tiendas.
- Incentivar encuestas sobre sostenibilidad para obtener feedback sobre la experiencia y la sostenibilidad.
- Facilitar datos, como el ahorro de emisiones de CO2 durante su estancia.
- Comunicar sobre proyectos concretos, como la gestión de desperdicios, y avances en la estrategia a través de materiales informativos.
- Informar a través de los canales de televisión internos.
- Diseñar juegos relacionados con la sostenibilidad.
- Colocar más puntos de reciclaje en habitaciones, piscinas y pasillos, y proporcionar información sobre su ubicación.
- Desarrollar una WebApp informativa sobre sostenibilidad.
- Proporcionar información a través de códigos QR.
- Ofrecer la opción de "Descubre tu huella".
- Ofrecer una factura verde.



Taller 4: Engagement de personas

Las conclusiones importantes que los participantes en este taller quisieron destacar son:

- Es fundamental continuar informando y formando al equipo para que estén capacitados a la hora de proponer ideas y soluciones en materia de sostenibilidad. Se sugiere que un concurso de ideas continuo puede ser una excelente alternativa.
- Se debe encontrar un equilibrio entre informar al cliente y transmitirle la responsabilidad de que la operativa del hotel sea sostenible. La información proporcionada debe ser sutil, sin invadir su espacio y respetando sus vacaciones.

ANEXO III.

Análisis de Buenas Prácticas sostenibles en establecimientos hoteleros

ANÁLISIS DE BUENAS PRÁCTICAS SOSTENIBLES

Hoteles

Para la realización del presente estudio, se han analizado más de 150 hoteles y empresas con características similares a los hoteles que conforman la cadena GF Hoteles. Se han seleccionado las mejores prácticas en función de dos factores:

Factores estratégicos

Aquellos que vienen determinados por la consistencia y la coherencia del plan desarrollado, es decir:

- Integración de las acciones con los Valores y la estrategia de negocio.
- Impulso a la innovación.
- Fomento de la participación.
- Compromiso.

Factores Higiénicos

Estos se relacionan con el diseño, los contenidos y la experiencia del usuario, así como la visualización de los datos en la web y la organización de la información en el caso de la Memoria de Sostenibilidad:

- Experiencia del usuario.
- Presentación de la estrategia y sus resultados.

FACTORES ESTRATÉGICOS

FACTORES ESTRATÉGICOS

ANÁLISIS DE BUENAS PRÁCTICAS

INTEGRACIÓN DE LAS ACCIONES CON
LOS **VALORES** Y LA **ESTRATEGIA** DE
NEGOCIO

Se analiza el papel que la Sostenibilidad tiene dentro de la organización, si la misma ocupa un lugar de relevancia en la organización y su integración de manera transversal.

**Personas**Programa **Exchanges by Marriott** para promover la diversidad

El programa Exchanges by Marriott es una iniciativa destacable de Marriott que promueve la diversidad y la inclusión en sus operaciones y en sus relaciones con proveedores. A través de esta iniciativa, Marriott busca asociarse con proveedores diversos, que pueden ser propiedad de minorías, mujeres, miembros de la comunidad LGBTQ+, personas con discapacidad y otros, para fomentar el empoderamiento económico a nivel global. Marriott entiende que al colaborar con empresas diversas, pueden brindar un mejor soporte a sus clientes y ampliar su presencia en todo el mundo.

Este enfoque no solo respalda la diversidad y la inclusión, sino que también fomenta la innovación y el intercambio de ideas. Al trabajar con una variedad de proveedores diversos, Marriott se beneficia de diferentes perspectivas y enfoques, lo que a su vez puede llevar a la mejora de sus operaciones y a un mayor éxito en sus negocios.

En resumen, el programa Exchanges by Marriott es un ejemplo de cómo una empresa puede promover la diversidad y la inclusión en su cadena de suministro, impulsando al mismo tiempo el crecimiento económico y la innovación. Esta iniciativa es un modelo que muchas otras empresas pueden considerar para fortalecer su compromiso con la diversidad y la igualdad.



Mas información en: <https://www.marriott.com/diversity/supplier-diversity.mi>



Personas

FACTORES ESTRATÉGICOS

Employee Value Proposition

Especialmente en el sector turístico la Propuesta de Valor del Empleado (EVP) se ha convertido en uno de los temas más relevantes para las cadenas hoteleras preocupadas con la retención y atracción del talento.

Se trata de **construir y comunicar un conjunto de beneficios, tanto materiales como inmateriales, que ofrece la empresa y en que algunos casos hasta la hacen única**. Para crear esta propuesta es imprescindible comprender la percepción de los empleados actuales, de la dirección y de la sociedad, especialmente para el tipo de candidatos a seleccionar.

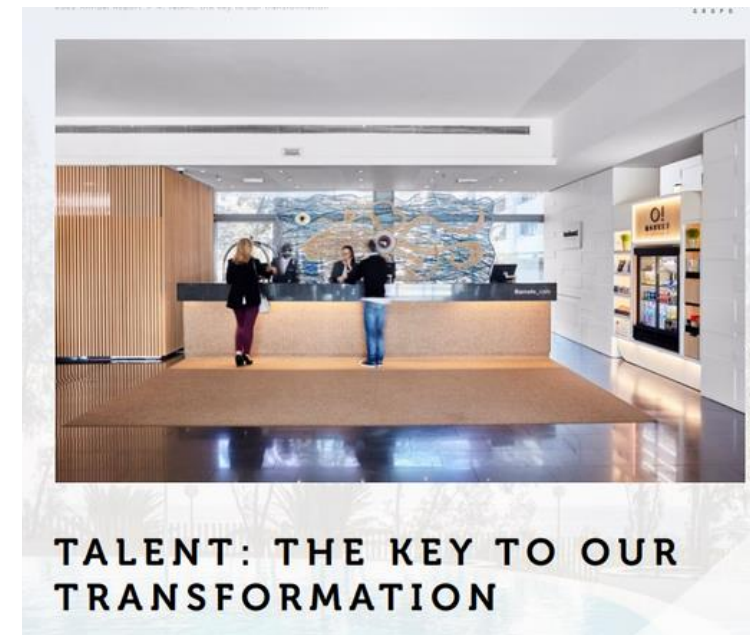
Uno de los mejores ejemplos de cadenas hoteleras que llevan años trabajando su política de personas en torno a este concepto es **Barcelo Hotels**. La cadena se ha centrado en la mejora continua de cada empleado a través de objetivos que él mismo se marca. El desarrollo personal es su manera de atraer talento estableciendo además un plan de formación personalizado y de manera paralela poniendo en marcha iniciativas de distinto índole como son clima en el lugar de trabajo, el equilibrio entre

vida laboral y personal, desconexión digital, motivación, y la prevención de enfermedades y síntomas relacionados con el estrés laboral.

Todo este proceso de transformación se ha visto impulsado por una importante inversión tecnológica que permite automatizar procesos, flexibilizar el trabajo en remoto, mejorar la comunicación interna, entre otros.

Más información:

https://www.barcelogrupo.com/content/dam/barcelo-group/comunicaci%C3%B3n/annual-report/2022_Annual_Report_Barcelo_Web_EN_120623.pdf (pag. 67-109).





Personas

FACTORES ESTRATÉGICOS

Programa de formación continua de Hilton

Hilton Hotels and Resorts presume de ser una de las cadenas globales que más invierten en la formación de sus empleados y empleadas, y lo destacan como un valor que forma parte de su ADN.

Se trata de un modelo flexible que permite que el equipo nunca deje de aprender y formarse a través de un modelo que combina:

- Una amplia oferta de formación en línea que ofrecen a través de su propia plataforma de formación.
- Audioguías.
- Aulas de formación para sesiones impartidas por los propios compañeros.
- Sesiones presenciales en torno a temáticas especializadas, impartidas por profesionales externos.
- Formación cruzada entre departamentos, que sirve para aprender sobre las funciones y necesidades de otros puestos de trabajo.

Destacan que cada persona en su puesto de trabajo debe participar en itinerarios obligatorios de mejora y capacitación.

Más información en: <https://esg.hilton.com/wp-content/uploads/sites/4/2023/04/Hilton-2022-Environmental-Social-and-Governance-Report.pdf>

Enabling our Team Members to Thrive at Hilton

We know that when our Team Members thrive, so do our guests and our communities. That is why we are committed to providing industry-leading programs that deliver a fully human experience and create the best, most inclusive home for our Team Members.

Approximately **35%** of our U.S. Team Members have been with Hilton for 10+ years.

INVESTING IN OUR TEAM MEMBERS' DEVELOPMENT

At Hilton, we are focused on building a Team Member experience that is rooted in continuous learning—starting from day one. Whether it is learning the ropes during onboarding, building core service skills, or refining job skills, we offer a combination of curriculums that support Team Members in their roles today and prepare them for lifelong careers in hospitality.

Through **Hilton University**, our online learning platform, all Team Members have access to over 25,000 courses, providing the ability to explore new skills or expand their expertise. We know that leadership skills are important at every stage of someone's career. That is why all Team Members also have access to leadership development curriculums through our **Lead@Hilton** platform, which includes on-demand, self-paced content, such as a virtual series that delivers Harvard-led content aligned to critical capabilities identified for different levels of hospitality leaders.

Hilton's signature **Leadership Development** programs focus on building effective leaders across the enterprise to grow our bench strength. These programs provide opportunities for participants to develop key capabilities, form networks with senior leaders and enhance their business acumen.

Our goal is to continuously upskill, reskill and multi-skill each Team Member, always seeking to set them up for development and growth within our company. We do this through our robust **Job Skills** training platform—a consistent, one-stop location for our Team Members to locate digital training checklists, and mobile-enabled resources. We understand that not everyone learns in the same way, and some Team Member workdays are not conducive to sitting in front of a screen. For example, Job Skills training for Housekeeping Team Members includes audio guides in multiple languages that Team Members can listen to while completing a room cleaning at their hotel—providing on-site, on-demand learning opportunities that are comfortable and accessible.

We are committed to investing in our Team Members' future. In May 2022, we proudly became the first in our industry to partner with **Guild Education** to provide U.S.-based Team Members with debt-free, continuing education opportunities. From day one of employment, Team Members in the U.S. can choose among Guild's over 70 programs—including professional certificates, college preparatory classes, high school completion courses, and English language learning. This program roster has been curated to help Team Members learn, lead and grow in areas that cultivate personal fulfillment and support the needs of our business. Guild continues to pick up momentum with 2,753 total profiles completed, 1,479 applications submitted, 454 Team Members enrolled, and 91 graduates (as of 12/31/2022).

"I would like to go to college for a hospitality degree. I came to the United States for a better opportunity and to develop in my education. Hilton, thank you for the opportunity for a better life."

Mararys Alcantara
Housekeeping Supervisor, Hilton Miami Airport

Maximizing internal mobility

Maximizing internal mobility is critical to build robust talent pipeline. In 2022, 56% of Global Corporate Director and above roles were filled internally and 50% of U.S. Owned & Managed General Manager roles were filled internally.



Personas

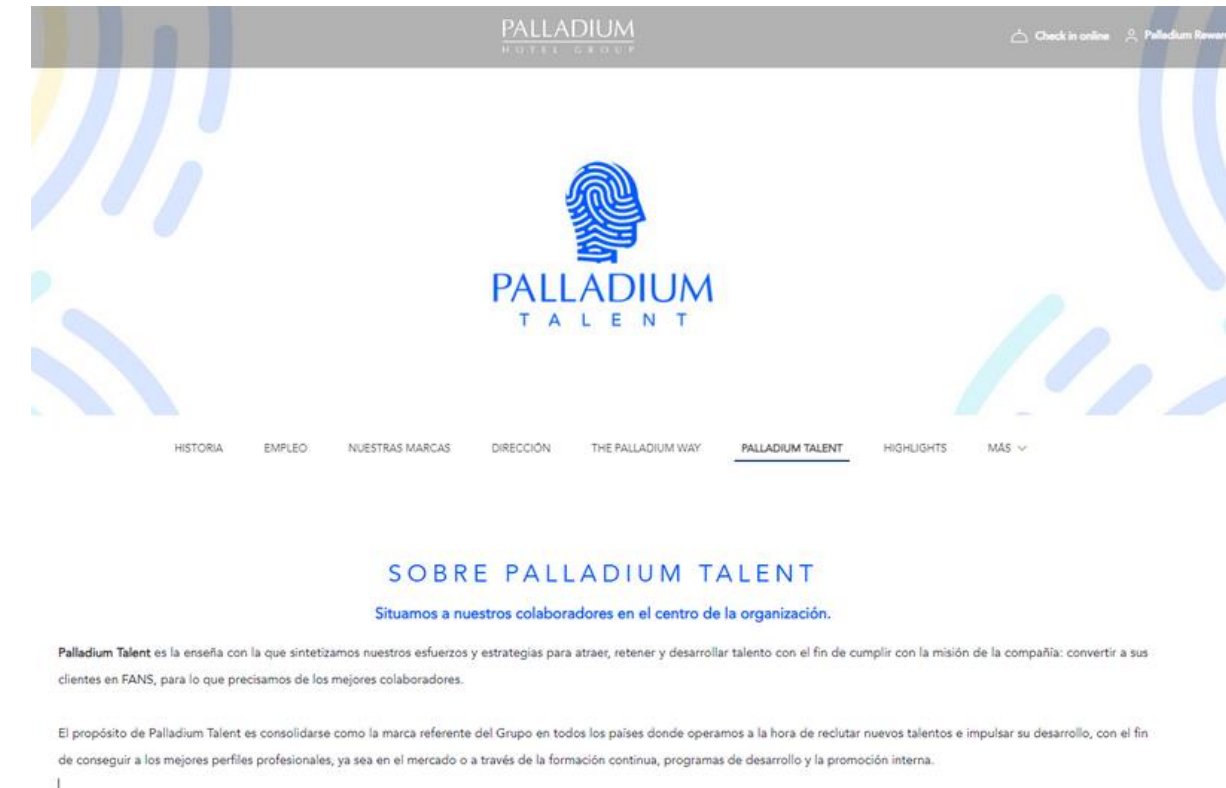
Palladium Talent

Palladium Hotel Group destaca el aprendizaje como uno de sus valores y ha desarrollado una plataforma de formación para sus colaboradores con el fin de conseguir a los mejores perfiles profesionales, ya sea en el mercado o a través de la formación continua, programas de desarrollo y la promoción interna.

Este concepto se alinea su consigna que se sintetiza en: “con esfuerzos y estrategias para atraer, retener y desarrollar talento con el fin de cumplir con la misión de la compañía: convertir a sus clientes en FANS, para lo que precisamos de los mejores colaboradores.”

Más información:

<https://learning.palladiumhotelgroup.com/>





Especialización

Garden Hotels señala que fueron pioneros en el ámbito de la economía circular en España, siendo la primera cadena hotelera de toda Europa que cuenta con el Certificado de la Estrategia de Economía Circular de AENOR.

Aunque en su estrategia de sostenibilidad desarrollan acciones de diversa índole, han centrado todos sus esfuerzos, actuaciones y mensajes en torno a la economía circular, dando sentido y coherencia a todo el trabajo que desarrollan.

Más información:

<https://www.gardenhotels.com/sostenibilidad/>





Uso de materiales reciclados

Cada vez son más los hoteles que se suman a la práctica de utilizar materiales reciclados en elementos de decoración.

Un ejemplo destacable en nuestro territorio es **Ilunion Hotels**, que está apostando por materiales reciclados para decorar sus habitaciones a través de una técnica innovadora que utiliza los residuos textiles, como sábanas o cortinas, de sus hoteles para desarrollar mobiliario de vanguardia.

Más información:

<https://www.europapress.es/turismo/hoteles/noticia-ilunion-apuesta-reciclaje-decorar-hoteles-20230929170320.html>





Aislamiento térmico para reducir el consumo energético

En un momento en el que muchos hoteles han llevado a cabo diversas inversiones en materia de equipamiento para reducir el consumo energético o promover las energías limpias, las soluciones de aislamiento térmico son una alternativa para seguir avanzando en este sentido.

Estas soluciones no solo reducen el consumo, sino que también mejoran el confort de los huéspedes al crear temperaturas más naturales. Este tipo de inversiones también ayuda a proteger la estructura del edificio al reducir la exposición a cambios bruscos de temperatura y condensación. Esto puede prolongar la vida útil del edificio y reducir los costos de mantenimiento, especialmente en establecimientos situados cerca de la costa.

De entre la larga casuística encontrada, destacamos el reciente caso del **Hotel Meliá Cádiz Paseo del Mar**, un hotel en funcionamiento en el que se ha ejecutado la envolvente del hotel con un sistema de aislamiento térmico por el exterior (SATE) para reducir sus pérdidas energéticas.

Más información:

<https://www.construible.es/2023/10/25/hotel-melia-cadiz-paseo-mar-incorpora-soluciones-aislamiento-termico-saint-gobain-weber>



FACTORES ESTRATÉGICOS

ANÁLISIS DE BUENAS PRÁCTICAS

IMPULSO A LA **INNOVACIÓN**

Se analiza el papel que la innovación tiene desde el punto de vista de la sostenibilidad así como tendencias novedosas y de vanguardia.



Programa de incentivos para el equipo empleando la gamificación, que premia la mejora en la atención al cliente

Voco Hotels, la cadena de lujo de **IHG Hotels (Intercontinental Hotels & Resorts)**, ha puesto en marcha una interesante iniciativa para impulsar la mejora continua en el servicio a sus clientes.

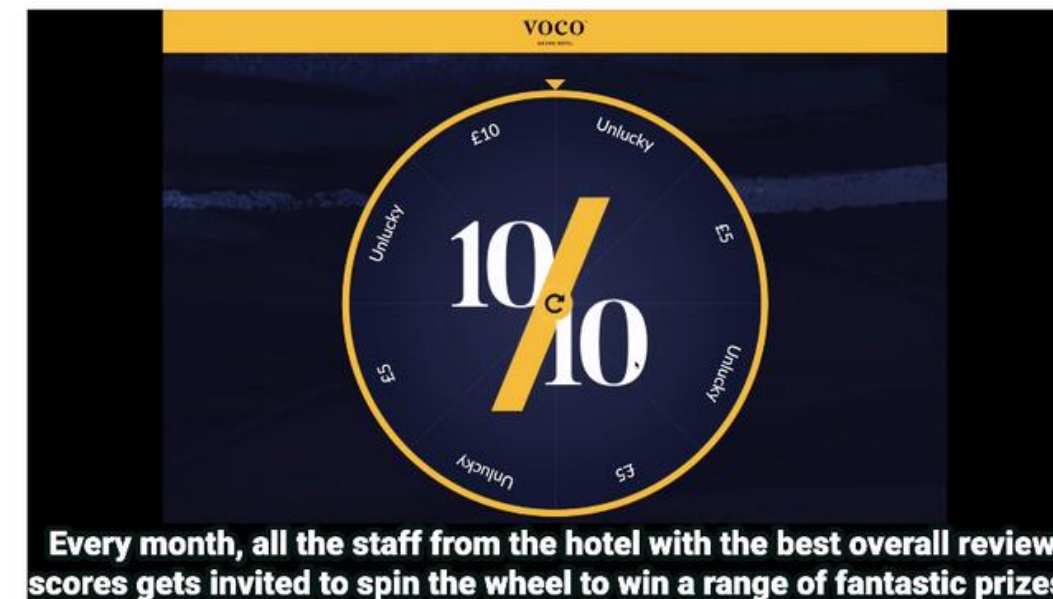
El personal de los distintos hoteles compite para lograr la mejor puntuación en relación a la satisfacción de sus clientes, permitiendo al personal del hotel ganador participar en un juego con una gran variedad de juegos y recompensas.

Más información en: <https://esg.hilton.com/wp-content/uploads/sites/4/2023/04/Hilton-2022-Environmental-Social-and-Governance-Report.pdf>

Personas



- BeeLiked has created a completely automated experience from invitation to the redemption of rewards.
- All Voco Hotels compete to get the highest customer satisfaction scores as measured internally by IHG
 - The general manager of the winning hotel is notified and given instructions on how to invite each staff member to play.
 - Staff members from the winning hotels get individual invitations allowing them to spin the wheel to see what they have won.
 - All digital rewards are automatically sent to the winner to redeem
 - Next month's competition begins!



By using a gamified incentive program on the BeeLiked platform, we increased our staff motivation and performance

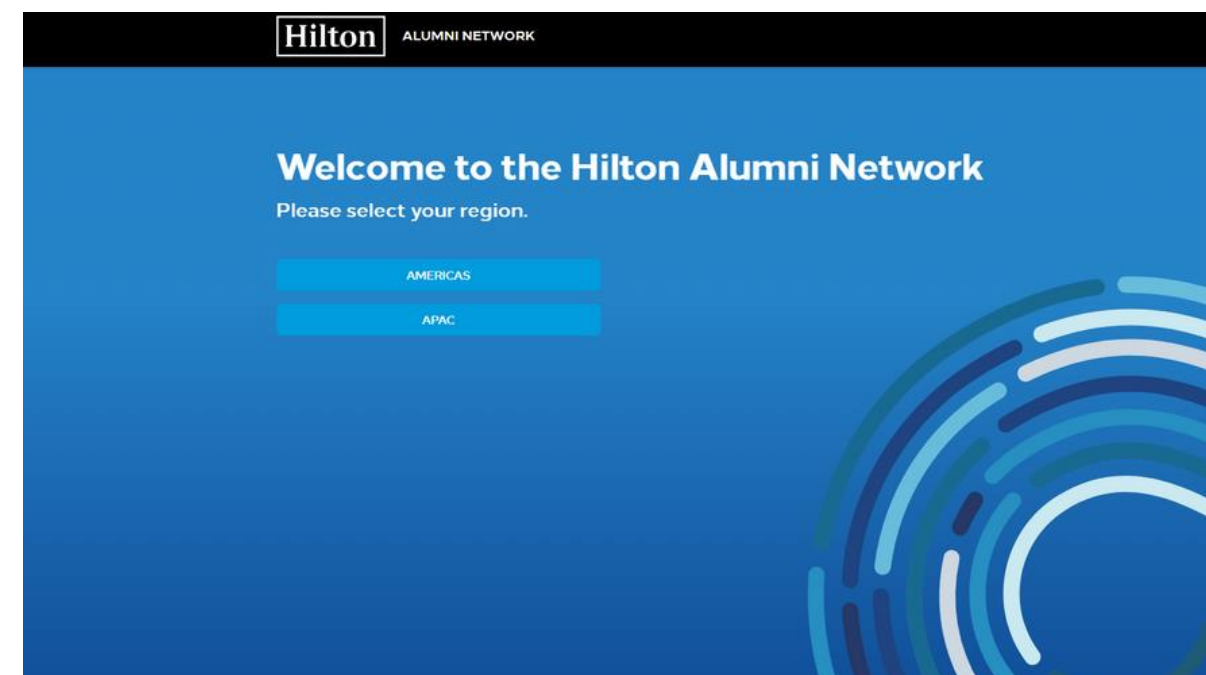


Programas de Alumni

Los programas alumni para antiguos empleados están cobrando cada vez más protagonismo debido a los grandes beneficios que aportan a la organización, que van desde contactos y las consiguientes oportunidades de negocios, hasta el potencial suministro de talento para futuras contrataciones, la posibilidad de ser embajadores de la marca y la creación de una comunidad conectada con la empresa.

En el sector hotelero, el ejemplo más destacado es el de la **cadena Hilton**, a través del cual se ofrece una sección de conocimiento y publicaciones, la posibilidad de asistir a diversos encuentros y toda una serie de herramientas relacionadas con la búsqueda de trabajo.

Más información en:
<https://alumni.hilton.com/>





Programa de innovación

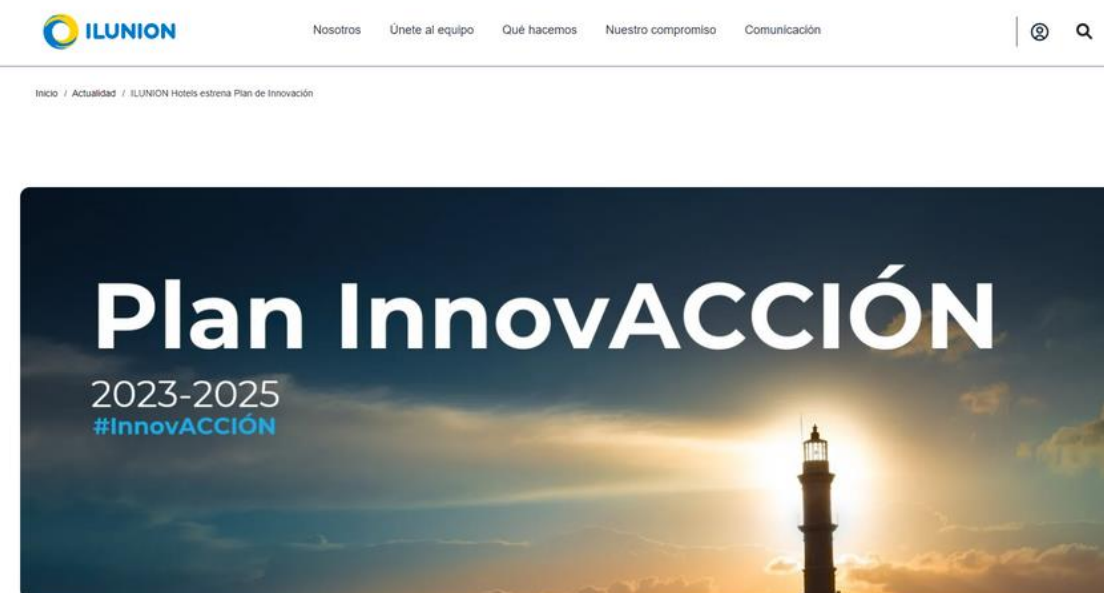
Ilunion Hotels entiende la innovación como un factor intrínseco en la creación de soluciones sostenibles, destacándola como una variable estratégica clave para poder dar respuesta a los retos y desafíos del sector hotelero, que está llamado a ser cada vez más sostenible, eficiente y competitivo, y a ofrecer nuevas experiencias al cliente.

En 2022, realizaron un importante trabajo de diagnóstico de su **estado de innovación**, que les sirvió como punto de partida para definir un **nuevo modelo de innovación** centrado en la experiencia de sus clientes y empleados, adoptando medidas que mejoren su día a día, no solo en el plano profesional, sino también en el personal.

Como consecuencia de este análisis, uno de los principales proyectos que recientemente han puesto en marcha es el desarrollo de un **sistema de vigilancia competitiva** para conocer lo que se está haciendo en otros sectores análogos y poder aplicar cualquier iniciativa disruptiva o mejora dentro de la compañía.

Más información en: <https://www.ilunion.com/es/actualidad/ilunion-hotels-estrena-plan-innovacion>

https://nosotros.ilunionhotels.com/sites/default/files/ILUNION_HOTELS_2023.pdf (pag. 71)



Innovación

ILUNION Hotels interpreta la innovación como un factor no solo diferencial, sino intrínseco a la creación de soluciones sostenibles que respondan a los grandes retos globales y específicos del sector hotelero y en mayor medida, empresarial.

El concepto de innovación sostenible tiene en cuenta y promueve su impacto positivo en el medioambiente y el bienestar de todos y en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Además, nuestro compromiso social y con las comunidades en las que desarrollamos nuestra actividad, nos permite contribuir directa o indirectamente al resto de los ODS.

| Indicadores | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|-------|-------|-------|
| Nº de ideas para proyectos de innovación | 110 | 40 | 451 |
| Nº de proyectos de innovación comenzados | 2 | 11 | 21 |
| Nº de proyectos de innovación escalados | 0 | 2 | 6 |
| % gasto en innovación sobre facturación | 4,73 | 4,71 | 0,33 |
| Nº de proveedores de innovación participando en proyectos | 0 | 10 | 23 |
| % plantilla formada en transformación digital/innovación | 28,22 | 23,82 | 29,44 |
| Indicador medición nivel ciberseguridad (Ciber riesgo) | 1,5 | 2,5 | 3,14 |

Los objetivos y enfoques de las acciones de innovación están enmarcados dentro del concepto de Sostenibilidad definido en ILUNION Hotels.

Por qué innovar
En el presente contexto de incertidumbre mundial y de transformación del sector turístico hotelero, la innovación se presenta como una variable estratégica clave para poder dar respuesta a los retos y desafíos del sector hotelero que está llamado a ser cada vez más



Innovación/
económica

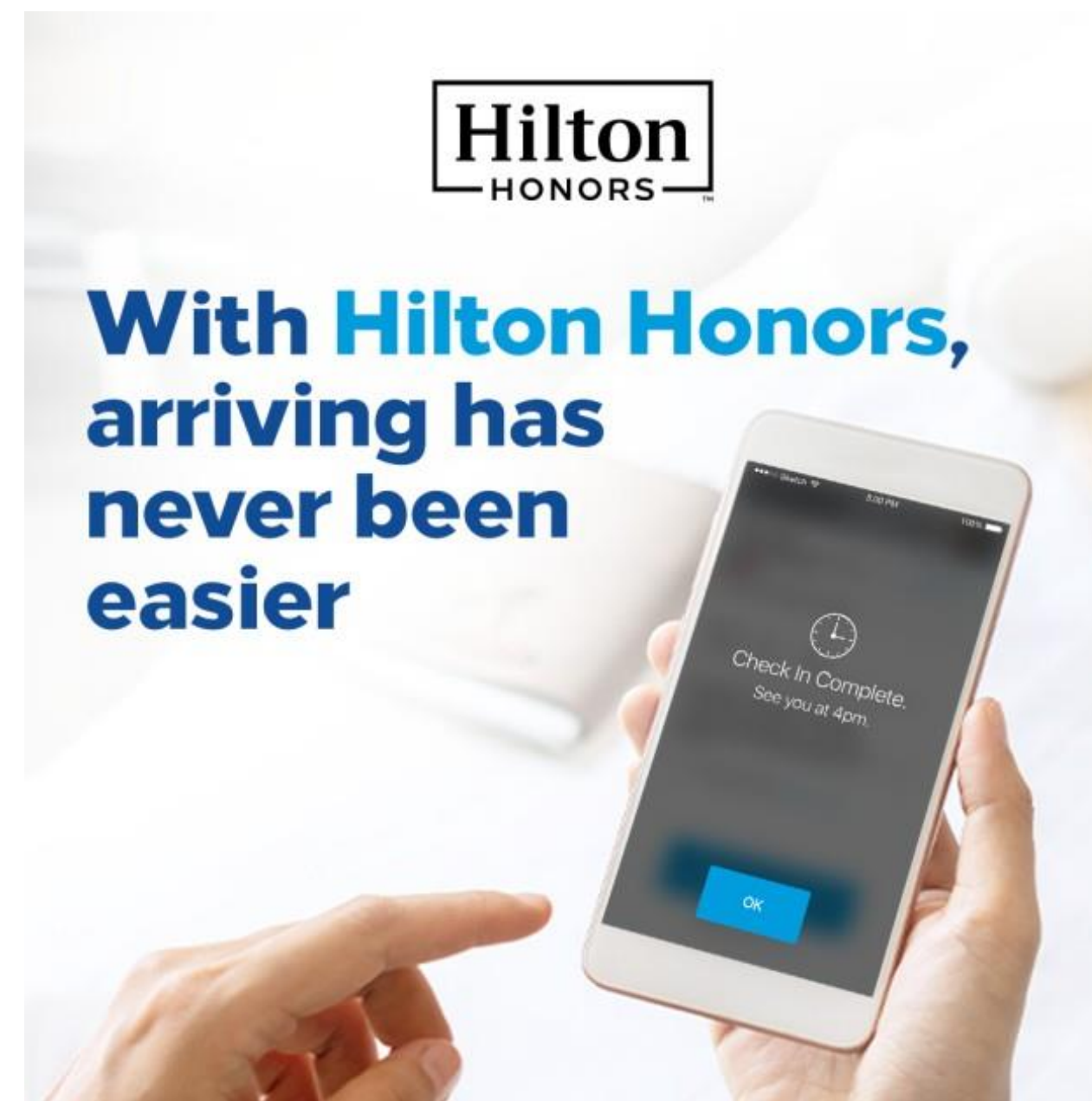
Personas

FACTORES ESTRATÉGICOS

Tecnología contactless

Aplicables en los procesos de check-in y check-out, el servicio de habitaciones y las reservas automatizadas mejoran la experiencia de los clientes al reducir el tiempo de espera y también disminuyen los costos operativos. En este sentido, destacamos:

Hilton Hotels con su aplicación **Hilton Honors App**, a través de la cual se pueden gestionar servicios antes (reservas de la habitación y otros servicios, conseguir puntos para el programa de fidelización o elegir la habitación más adecuada) y durante la estancia (abrir la puerta de la habitación, conectar la luz, TV o aire acondicionado de la habitación, tramitar el check-out, contratar un taxi, etc).





Innovación/
económica

Personas

FACTORES ESTRATÉGICOS

Tecnología de la voz

La tecnología de la voz sirve para mejorar la experiencia de los clientes y proporcionar un servicio más personalizado a la hora de solicitar servicios, controlar los dispositivos de la habitación, apagar o encender dispositivos en la habitación, superar las barreras del idioma, activar la música o recordatorios, comunicar determinada información, entre otras.

De todos los proveedores analizados, destaca la solución de **Amazon, Alexa**, para la industria hotelera (Alexa Smart Properties (ASP)), que recientemente anunció importantes mejoras y funcionalidades, todo ello centralizado a través de un único dispositivo.

Esta solución, además, mejora la conectividad y la seguridad con sus funcionalidades: Soporte de sucursal privada (PBX) para vincular dispositivos; **WPA2 Enterprise** Wi-Fi para incorporar dispositivos compatibles con ASP a redes WPA2 Enterprise Wi-Fi; o Soporte WebRTC, que facilita las llamadas entre dispositivos Echo y dispositivos que no son Echo, como tabletas o computadoras portátiles.



 alexa
for hospitality



Machine learning

El **Machine Learning** es una disciplina del campo de la Inteligencia Artificial que permite la automatización de procesos en base a la información recogida en tiempo real del cliente, o como define **Hosteltur**, una rama de la IA que permite a las máquinas aprender de información no estructurada y desarrollar patrones de comportamiento.

En el sector hotelero, esta tecnología cobra especial interés y su aplicación es muy amplia, como por ejemplo para:

- Impulsar las reservas directas.
- En el revenue management.
- Personalizar los servicios en la habitación según el tipo de cliente.
- Mantenimiento predictivo de las instalaciones.
- Detectar fraudes en tiempo real.
- Crear campañas de marketing personalizadas.
- Automatizar chatbots.
- Análisis predictivo de datos.
- Identificar servicios cruzados en los hoteles.

Algunos hoteles que ya aplican esta tecnología son:

- [Melia Hoteles](#) que emplea ML para repartir las tareas de limpieza de habitaciones.
- [Palladium hotels](#) impulsa la rentabilidad de su cadena a través de la plataforma de datos de Juyo.



Innovación/
económica

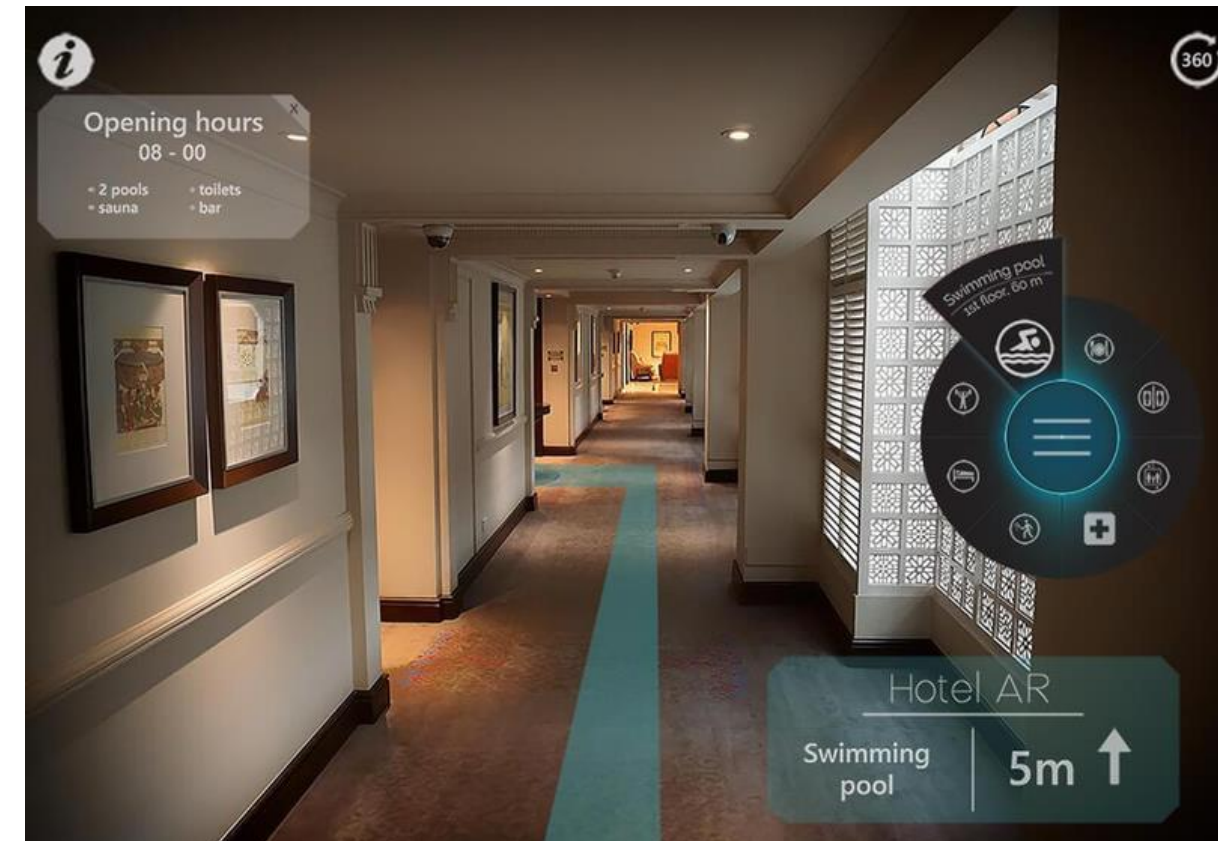
FACTORES ESTRATÉGICOS

Realidad aumentada

La **realidad aumentada** se ha posicionado como una de las tecnologías más punteras en la promoción y comercialización de los establecimientos hoteleros, gracias a su capacidad de mostrar de forma casi real la experiencia de la que pueden disfrutar los clientes en el establecimiento.

Una de las cadenas pioneras en emplear la realidad aumentada fue Marriott, que a través de su campaña **Travel Brilliantly**, permite a los clientes experimentar por adelantado sus futuras vacaciones.

Otras cadenas, como **Holiday Inn & Intercontinental Hotels**, la han empleado para acelerar el proceso de diseño de sus hoteles.





Innovación/
económica

FACTORES ESTRATÉGICOS

Flujos de trabajo automatizados

Existen una gran variedad de tareas diarias que se pueden automatizar, lo que se traduce en una mejora directa en la eficiencia, la precisión y el ahorro de costos. Esto permite destinar el tiempo del equipo a tareas más estratégicas, comerciales o de análisis.

En el mercado, existen varias soluciones que permiten esta integración de manera sencilla. Algunos ejemplos son:

- [Zapier](#)
- [Microsoft Power Automate](#)

En la operativa diaria de un hotel, los flujos que se pueden automatizar empleando estas soluciones son:

- Recepción de facturas, contabilidad y pagos.
- Registro de huéspedes.
- Actividades de marketing.
- Gestión de bases de datos.
- Gestión de turnos.
- Gestión de calendarios.
- Gestión de datos y elaboración de informes.

Microsoft

plan
concept3

What's Microsoft Power Automate?



Espacios de innovación inhouse

Los espacios de innovación in-house son lugares polivalentes dentro de la propia organización creados con el objetivo de promover la colaboración, la creatividad y la innovación en su estado más puro.

El espacio físico de las salas para la innovación debe ser flexible y versátil, colorido, con elementos y mobiliario que permitan reconfigurar fácilmente el espacio cuantas veces sea necesario y que permitan crear zonas diferenciadas. Además, se deben incluir accesorios como paneles, pizarras, pufs y taburetes que permitan adaptar la sala y sus elementos a cada tipo de dinámica.

También debe contar con infraestructura para llevar a cabo dinámicas sociales y de equipo, como por ejemplo un mini ágora con gradas adaptables.

También es importante trabajar y disponer de un repertorio de dinámicas o plantillas que se puedan emplear dependiendo de la sesión que se va a desarrollar, basadas en metodologías ágiles, para que las sesiones sean muy eficientes.

Un caso que queremos destacar, aunque no pertenezca al sector hotelero, es el **Grupo Domingo Alonso**, cuyas oficinas centrales fueron remodeladas y contemplan varios de los elementos mencionados con anterioridad.



FACTORES ESTRATÉGICOS

ANÁLISIS DE BUENAS PRÁCTICAS

FOMENTO DE LA **PARTICIPACIÓN**

Se analiza ejemplos de cadenas hoteleras que han implantado distintas fórmulas para involucrar al equipo o terceras partes en el desarrollo de la estrategia de sostenibilidad



Medioambiente

Innovación/
económica

Personas

FACTORES HIGIÉNICOS

Blog 'Aliados para el cambio'

Ilunion Hotels ha puesto en marcha el blog 'Aliados para el cambio' en el que pretenden compartir y dar voz a sus proveedores/aliados para destacar el propósito y los valores de las empresas con las que interactúan, así como generar sinergias e intercambiar experiencias y aprendizajes.

Al mismo tiempo, buscan dar a conocer proyectos y buenas prácticas que pueden resultar positivos e inspiradores para todos

Más información:

<https://nosotros.ilunionhotels.com/es/un-mundo-diferente/un-mundo-sostenible>





Los embajadores de la sostenibilidad

La cadena RIU ha puesto en marcha la iniciativa Embajadores de la Sostenibilidad, destacando el papel de otras organizaciones con las cuales han forjado alianzas.

Para cada uno de estos embajadores/organizaciones, les dedica un amplio apartado en su web, resaltando los logros conseguidos conjuntamente.

Más información:

<https://www.riu.com/riusponsible/embajadores-sostenibilidad/>





Hackathon de la sostenibilidad

Iberostar Hotels y Resorts organizó en 2022 el primer Hackathon para identificar iniciativas alineadas con su modelo de turismo responsable. Con 40 equipos integrados por más de 200 estudiantes universitarios, se trabajó en torno a la solución de 6 retos relacionados con la sostenibilidad.

Este evento, además de servir para identificar posibles soluciones, fue importante para motivar a los estudiantes e identificar futuros talentos que se puedan unir a la organización en próximas fechas.

Más información:

<https://press.iberostar.com/trends/talento-clave-acelerar-transicion-circular-destino-baleares>



FACTORES ESTRATÉGICOS

ANÁLISIS DE BUENAS PRÁCTICAS

COMPROMISO

Se analizan ejemplos de organizaciones que muestran su compromiso real con las prácticas sostenibles.



Medioambiente

Innovación/
económica

Personas

FACTORES ESTRATÉGICOS

Certificación B Corp

En un momento en el que existen en el mercado tantas certificaciones y estándares en torno a la sostenibilidad, **B Corp** sigue destacando como una de las certificaciones más sólidas, ya que las empresas aprobadas cumplen con los altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia pública y responsabilidad legal.

B Corp es interesante porque cubre los distintos ámbitos de la sostenibilidad: social, económica y medioambiental, y porque trabaja de manera multisectorial, disponiendo de un gran repertorio de casos de éxito de los que se puede aprender. En España solo hay 3 hoteles certificados:

- Artiem Hotel en Mallorca
- B&B Hotels en Madrid.
- Sleep N Atocha en Madrid.



FACTORES HIGIÉNICOS

FACTORES HIGIÉNICOS

ANÁLISIS DE BUENAS PRÁCTICAS

experiencia del **usuario**

Se analiza diferentes formas de enganchar y conectar con los usuarios finales.



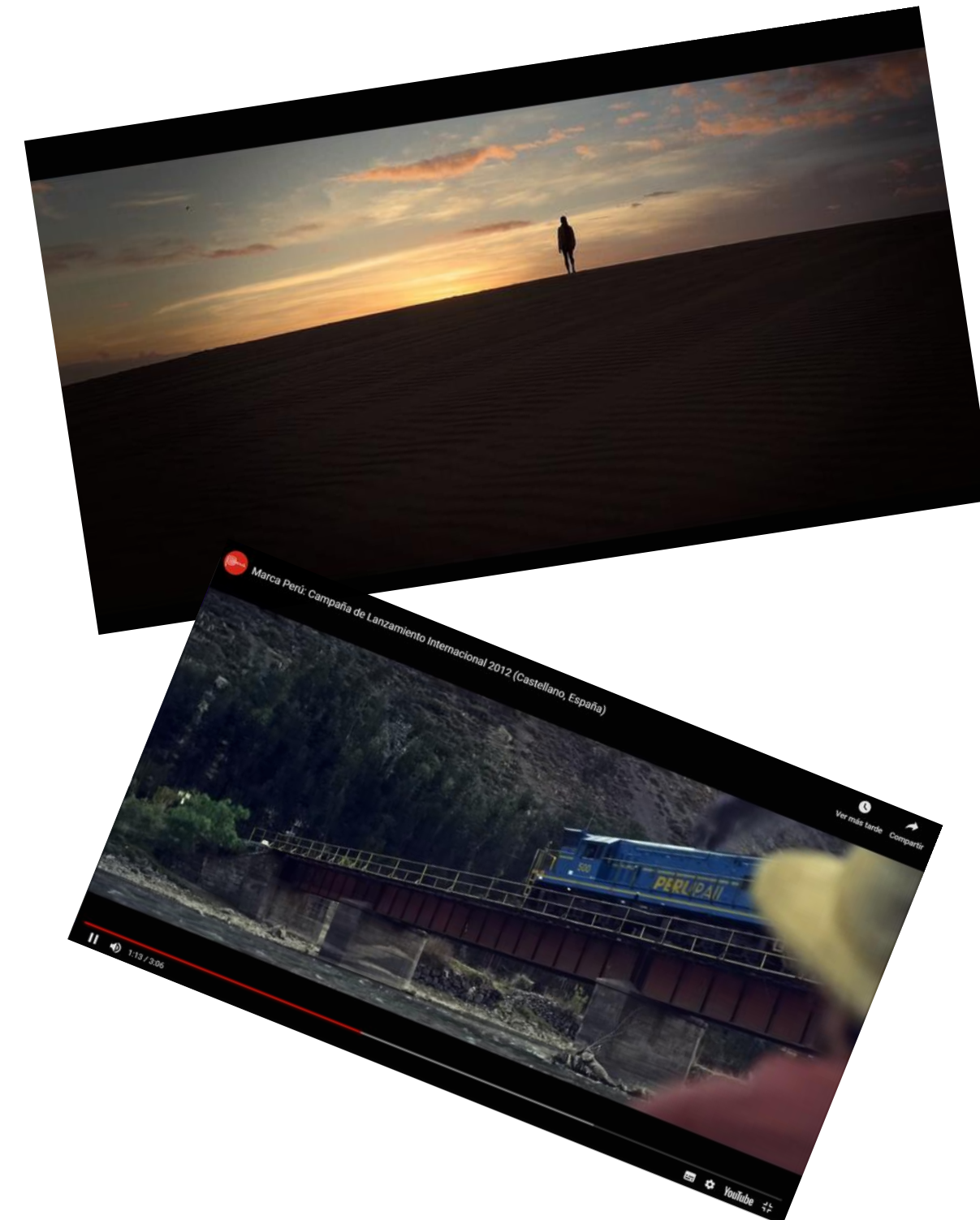
Innovación/
económica

Personas

Usar el storytelling

El **storytelling** es una potente herramienta de narración que se emplea para contar historias cercanas, que involucren a personas reales que dan vida a los esfuerzos. Ayuda a los lectores a entender y valorar mucho más el trabajo realizado, además de crear una conexión emocional con los clientes y la marca. Con esta técnica se persigue crear efectos "wow", memorables y que además sirven para destacar los elementos diferenciadores con respecto a la competencia.

Aunque no hemos identificado ningún establecimiento que de manera específica use el storytelling para compartir su estrategia de sostenibilidad, es cierto que hay muchos ejemplos de otro tipo de organizaciones que lo emplean y que pueden servir para entender este tipo de herramienta. Se pueden crear historias en torno al propio concepto del hotel o historias puntuales que se asemejan más a un guión de película y que frecuentemente marcas como [Cocacola](#), [Apple](#), [Airbnb](#), [IKEA](#) y muchos destinos turísticos, como [Fuerteventura](#), o [Perú](#), los emplean.



FACTORES HIGIÉNICOS



Innovación/
económica

Uso del marketing sostenible

El marketing sostenible combina de forma sutil elementos y mensajes, con el objetivo de transmitir ideas logrando, además, un efecto que llama a la acción, pero sin invadir el espacio del receptor.

Aunque no hemos identificado ningún hotel que las aplique en sus propios establecimientos, si nos parece interesante mostrar otros casos de éxito que pueden ser clarificadores:

La ONG WWF eligió esta campaña de marketing sostenible en 2007 para concienciar a los ciudadanos sobre el uso excesivo que la sociedad hace del papel.

FACTORES HIGIÉNICOS

Coca-Cola encontró esta gran forma de hacer una campaña de reciclaje a través del branding, donde modificaba parte de su logotipo y lo convertía en una señal hacia donde había un cubo de reciclaje.



FACTORES HIGIÉNICOS

ANÁLISIS DE BUENAS PRÁCTICAS

**PRESENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA Y SUS
RESULTADOS**

Se analiza. diferentes formas de presentar la propia estrategia de sostenibilidad o sus resultados



Utilizar otros modelos de presentación

Todos los modelos de hoteles analizados presentan su memoria de sostenibilidad a través de un documento en pdf/presentación y canales similares, los más innovadores optan por un video tradicional. Incluso en lo que respecta a la organización de la Memoria casi que mantiene los mismos apartados.

En este sentido existe un amplísimo campo para la mejora y la diferenciación que puede considerar alguna de las siguientes ideas:

- **Uso de información visual y gráficos y datos interactivos**, por ejemplo empleando la herramienta [Tableau](#).
- Emplear la **gamificación**, por ejemplo a través de un escape room para que el lector vaya descubriendo las distintas actuaciones. ([genial.ly](#))
- **Videos animados o dibujados**, combinados con testimonios reales del equipo, con una amplia oferta de herramientas en el mercado.
- **Interactividad social**: crea una memoria interactiva, que permita al los usuarios compartir determinados apartados de la misma en sus redes sociales o envíen comentarios y sugerencias. Fomenta la participación y el diálogo.

- **Comics o cuentos** para narrar la historia y los logros alcanzados
- **Realidad virtual (VR)**: con la creación de una experiencia de realidad virtual que permita a las personas explorar las operaciones sostenibles del hotel en primera persona.





Celebración de un acto de presentación

La celebración de un acto de presentación de la propia estrategia de sostenibilidad, sus compromisos o de los logros conseguidos, es una forma cercana y sencilla de comunicar a los distintos agentes los retos y avances conseguidos, y de generar conciencia y compromiso con respecto a la sostenibilidad.

Hay muchas cadenas que han optado por esta alternativa, pero entre todas destacamos el caso de **RIU Hotels & Resorts**, que ha celebrado recientemente varios actos de presentación de sus resultados de 2022 y sus proyectos para 2023. Este acto se ha repetido en distintos lugares del mundo y también en Canarias.

En estos eventos se han expuesto las principales áreas de trabajo en torno a las que se desarrolla su estrategia de sostenibilidad, la inversión prevista y sus compromisos a corto plazo.

Más información:

https://www.hosteltur.com/159711_riu-apuesta-tambien-en-canarias-por-una-sostenibilidad-sensata.html

https://www.tourinews.es/noticias/riu-carmen-cultura-sostenibilidad-sensatez_4476124_102.html



