



# Estratègies de Generació de Valor Compartit en TIC Turisme

## Clúster TIC-TURISME

Webinar formatiu – Divendres, 15 de maig

**ACCIÓ**



**Generalitat  
de Catalunya**



Roots for Sustainability



En la present part del webinar, treballarem els següents dos objectius:



Sensibilitzar sobre la sostenibilitat corporativa i la capacitat de generació de valor compartit com a estratègia de negoci i competitivitat

**Part I.** Què és i per què és necessari incorporar l'estratègia de generació de valor compartit?

**Part II.** Com s'integra el valor compartit en l'organització? Transició cap a la sostenibilitat.

**Part III.** Beneficis de la sostenibilitat.



Presentar els mètodes per a la integració de la sostenibilitat a l'empresa mitjançant casos empresarials real del sector

**Part IV.** Mètodes per a la integració de la sostenibilitat a l'empresa.

**Part V.** Q&A – Torn de preguntes i respostes amb els agents del clúster i sector TIC-Turisme.

# Part I. Què és i per què és necessari incorporar l'estratègia de generació de valor compartit?

El context empresarial i social

El context immediat: COVID-19

La resposta del món empresarial

La resposta del món institucional

El valor compartit com a estratègia de negoci

## Riscs

### Desigualtat social i pobresa:

l'1% de la població és més rica que el 99% restant sumat. Els treballadors del sector de l'hoteleria tenen un alt risc de precarització degut a l'estacionalitat i els salaris baixos.

**Gentrificació:** el turisme pot generar un augment dels preus de l'habitatge i un desplaçament social que afecta a les comunitats locals. Des del 2014, el preu del lloguer a Barcelona ha crescut en un 36%.

**Canvi climàtic:** els impactes de les instal·lacions, l'activitat i la mobilitat turística poden accelerar els efectes de l'emergència climàtica. Així, un 72% de les empreses opina que el canvi climàtic afectarà a les operacions o els seus beneficis.

## Necessitats

### Resposta a les noves demandes

**ciutadanes:** un 78% dels viatgers opinen que el turisme sostenible és important, en comparació a un 52% el 2016.

### Ús eficient de recursos finits i

**estalvi de costos:** segons la Comissió Europea, el sector de l'hostaleria podria estalviar-se fins a un 10% de la facturació en despeses aplicant mesures i noves tecnologies per reduir el malbaratament de recursos.

**Adaptació a nous marcs legislatius:** Llei d'Informació No-Financera.

## Oportunitats

### Potencialitat d'impacte positiu:

el sector turisme (incloent el clúster TIC-Turisme) representa el 12% del PIB a Catalunya.

**Competitivitat:** els ingressos de productes i serveis sostenibles creixen 6 vegades més que els ingressos globals en empreses como Toshiba, IBM o BASF del S & P Global 100 (91% vs 15%).

**Innovació i nous mercats:** en els quatre sectors que conformen el 60% de l'economia mundial, la consecució dels ODS implica una oportunitat de creació de 380 milions de llocs de treball i 12 trillions de \$ de negoci.

## Quin impacte està tenint la present crisi en la societat i les empreses que hi pertanyen?

Davant de l'impacte de la present crisi sanitària i econòmica, la **necessitat d'un canvi de paradigma empresarial en el qual les empreses tinguin en compte els seus impactes socials i mediambientals** s'ha fet més evident, explícita i immediata, accelerant la necessitat de transformació de l'estratègia de les empreses tenint en compte la realitat destapada per la pandèmia:

### Vulnerabilitat

- **Vulnerabilitat social, econòmica i sanitària** dels habitants de la comunitat local.
- **Vulnerabilitat econòmica** al llarg de la cadena de valor de diferents sectors empresarials.
- **Vulnerabilitat econòmica i institucional** del sector públic i les institucions no governamentals.



### Interdependència

- Necessitat de construir **respostes col·lectives i coordinades** (participació ciutadana, col·laboració públic-privada, etc.)
- Necessitat empresarial d'eixamplar la visió clàssica centrada en l'accionista a una **visió multidimensional dels diferents agents socials i ecosistèmics**.



### Escrutini empresarial

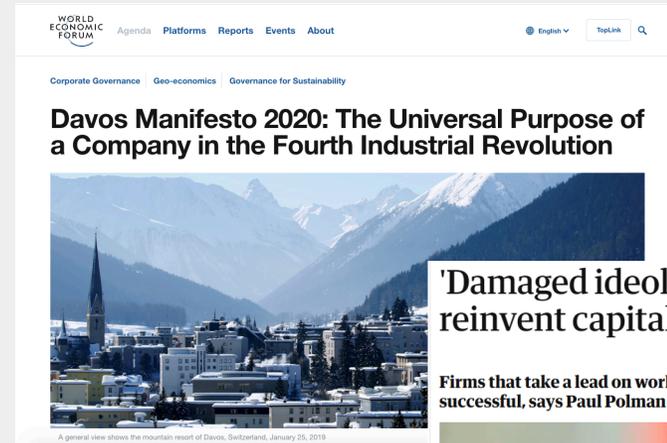
- Demanda creixent de la societat de la **vehiculació de l'empresa com un mitjà pel bé comú**, més enllà de la generació de beneficis (€).
- Necessitat de l'empresa de **demostrar el valor aportat a la societat, als seus agents interns** (treballadors, proveïdors, etc.) i a **l'ecosistema mediambiental**.

Davant dels riscos socials, necessitats i oportunitats que presenta el sistema econòmic actual, s'està efectuant un **canvi històric i global de cultura empresarial** centrat en la consideració de no només dels accionistes, sinó de la **inclusió de tots els grups d'interès de l'empresa**.

Aquest canvi representa una oportunitat per a **aprofitar el poder de les organitzacions per a contribuir a afrontar els majors desafiaments de la societat moderna i construir una economia més inclusiva**:

*"In 10 years time, people will say it's inconceivable that business was done any other way. The notion that a company can only care about profit will be seen as old-fashioned and irresponsible."*

Lorna Davis, CEO of Danone Wave



## Quina resposta poden dur a terme les empreses?

Des del prisma empresarial, diverses empreses nacionals i internacionals han intentat contribuir a millorar la situació social, econòmica i sanitària resultant de la crisi actual, establint i promovent diverses **iniciatives puntuals ajustades a les seves capacitats productives i les situacions econòmiques existents**. Entre aquestes, trobem dos tipologies de propostes no excloents:

- 1. Iniciatives no relacionades amb l'activitat de l'empresa:** accions que pretenen millorar i donar resposta a les conseqüències immediates de la crisi, però que no es relacionen amb l'activitat regular de l'empresa, sinó que prenen la forma de donació puntual a projectes i/o ONGs, o pretenen crear una solució col·laborativa a problemes sanitaris i/o humanitaris puntuals.



## Quina resposta poden dur a terme les empreses?

- Iniciatives relacionades amb l'activitat de l'empresa i la seva cadena de valor:** accions que pretenen i donar resposta a les conseqüències immediates de la crisi a través de l'ajuda social i econòmica als diferents agents d'interès interns i externs que integren la cadena de valor de l'empresa i es relacionen amb aquesta de forma continuada.

### Pla de Resposta COVID 19



*“A Veritas tenim el propòsit de tenir cura de la salut i la qualitat de vida de les persones i del planeta. Per a ajudar a les famílies i col·lectius de la comunitat que més ho necessiten, **revertim el 100% dels ingressos nets addicionals i no previstos generats durant el període de confinament, els quals ascendeixen a 518.000 €.**”*

#### Clients:

- Emissió de xecs bescanviables a través de l'App Veritas.

#### Proveïdors:

- Línia de bestreta de pagaments per valor d'1 milió d'euros per facilitar la liquiditat.

#### Treballadors:

- Els treballadors van rebre una bonificació en la nòmina del mes de març per un import total de 120.000 €.

#### Comunitat:

- Col·laboració amb les entitats socials a través d'ajudes directes i accions d'acompanyament nutricional.

El marc de referència per a les empreses privades i públiques, governs i organitzacions del tercer sector és **l'Agenda 2030**, el principal compromís polític global acceptat pels diferents governs i institucions governamentals de tot el món.

L'Agenda 2030 ha estat impulsada per la Organització de les Nacions Unides (ONU), i inclou **17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) i 169 metes associades** que guien a les organitzacions cap al camí de la prosperitat, l'equilibri ecològic i el benestar universal.

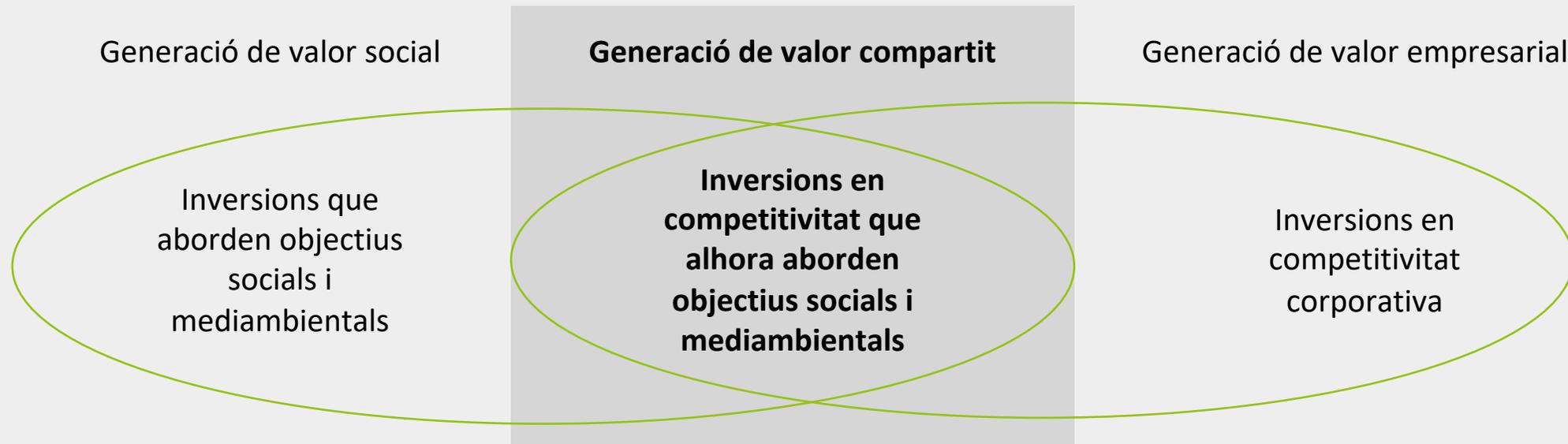
L'establiment d'objectius i metes globals de desenvolupament sostenible és una fita rellevant que referma un **compromís global a curt i llarg termini**, proveeix d'un **marc comú de col·laboració**, atorga responsabilitats, sensibilitza, mobilitza i inspira el canvi.

## Els Objectius de Desenvolupament Sostenible de la ONU

71%

Dels líders empresarials enquestats diuen que la seva empresa utilitza en l'actualitat o té la intenció d'utilitzar els ODS per a definir objectius corporatius.





El valor compartit és una **estratègia de gestió empresarial transversal que s'enfoca en desenvolupar noves oportunitats de negoci, que permetin maximitzar el valor competitiu de resoldre reptes socials i mediambientals** a través d'atendre nous clients i estalviar costos, entre d'altres àmbits d'actuació. L'estratègia es basa en i reconeix que:

- "les necessitats de la societat, no només les necessitats econòmiques convencionals, defineixen els mercats", per la qual cosa els **mercats es poden ampliar si es tenen en compte les necessitats de la societat;**
- els **danys o dèficits socials i mediambientals freqüentment generen costos interns per a les empreses**", per la qual cosa mitjançant l'examen dels impactes socials i mediambientals, es poden reduir els costos d'una empresa.

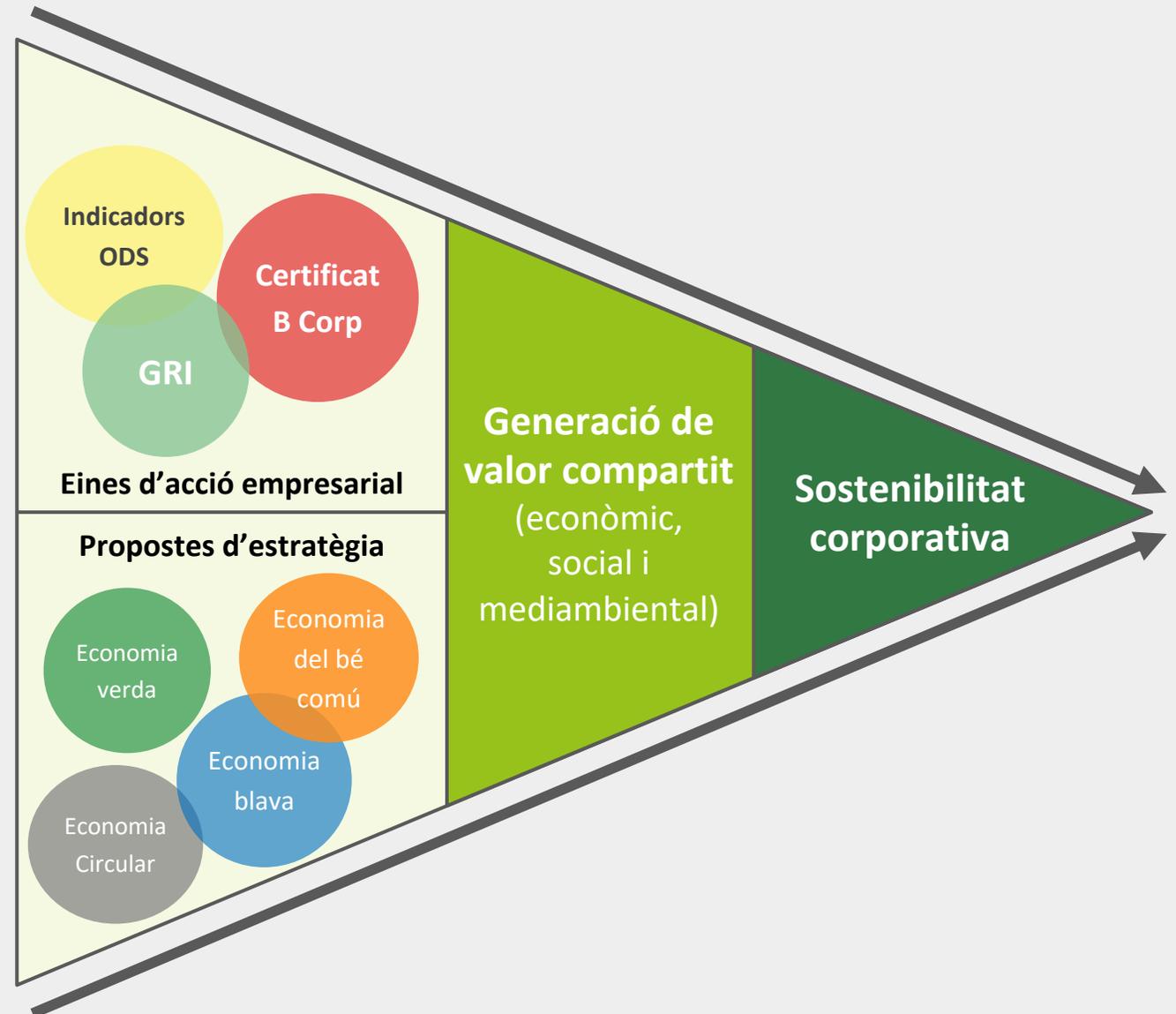


## Part II. Com s'integra el valor compartit en l'organització? Transició cap a la sostenibilitat.

El paraigües de propostes de la sostenibilitat corporativa

Què és la sostenibilitat i què no?

- Existeixen diferents **propostes d'estratègia i eines d'acció empresarial** que busquen millorar l'impacte social i mediambiental de l'empresa.
- Totes elles comparteixen un objectiu comú: una **alineació dels objectius socials, mediambientals i econòmics**, és a dir, la **generació de valor compartit**.
- **Totes elles tenen la finalitat d'ajudar i contribuir** a la projecció de l'empresa, és a dir, a la **seua sostenibilitat a llarg termini**.



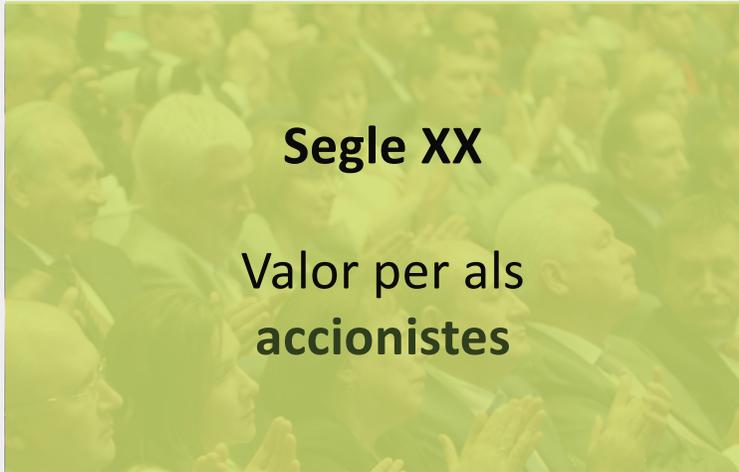
### Què no és la sostenibilitat

- La sostenibilitat **NO** és tenir un departament de RSC, un pla mediambiental o un informe de sostenibilitat elaborat amb l'estàndard GRI.
- La sostenibilitat **NO** consisteix en desenvolupar un programa de suport social i/o mediambiental aliè al negoci de la organització.
- La sostenibilitat **NO** és un conjunt d'iniciatives responsables independents entre sí orientades a millorar la marca de l'organització.



Moltes empreses tenen informes de sostenibilitat i iniciatives amb voluntat de generació d'impacte social i/o mediambiental, però no han definit un propòsit i una visió d'impacte positiu que situï la **sostenibilitat al centre de la presa de decisions.**

## Canvi de paradigma



- En l'etapa econòmica de l'últim segle, l'objectiu de la corporació s'ha entès **únicament** com l'obtenció de beneficis econòmics per a satisfer al seu agent d'interès únic: **l'accionista**.
- Aquesta persecució del benefici econòmic màxim **excusava** les corporacions de **qualsevol altre tipus de responsabilitat** que poguessin tenir sobre la comunitat o el medi ambient.



- A partir del segle XXI, la sostenibilitat assumeix un paper clau, proporcionant una manera d'entendre la gestió de l'organització on es busca generar **valor social, mediambiental i econòmic per a tots els grups d'interès**, no només per als accionistes.
- La sostenibilitat es tradueix en la determinació d'assoliment d'un **propòsit i una visió de generació d'impacte positiu present en totes les decisions organitzatives**.

## Què sí és la sostenibilitat

- La incorporació proactiva de la responsabilitat i acció empresarial d'impacte social i mediambiental permet a l'empresa incorporar una **visió holística del seu entorn competitiu i adaptar-se amb més facilitat a futurs riscos de negoci.**
- Com més organitzacions siguin sostenibles i actuïn en interès del bé comú, **l'ecosistema economicosocial tindrà millors opcions i resultats més favorables i equitatius.**

## Teoria dels grups d'interès de l'empresa



### Treballadors

- Treballs de millor qualitat
- Treball amb valors i un propòsit comú



### Clients

- Millors opcions de consum responsable
- Millora de la qualitat de vida



### Comunitats

- Desenvolupament econòmic i humà
- A major impacte, menys risc corporatiu



### Medi ambient

- Minimització de les externalitats
- Optimització dels recursos utilitzats per la producció



### Inversors

- Nous productes per a cobrir la demanda
- Dades d'impacte rigoroses



### Governança

- Millor adaptació al marc legal
- Menys externalitats negatives



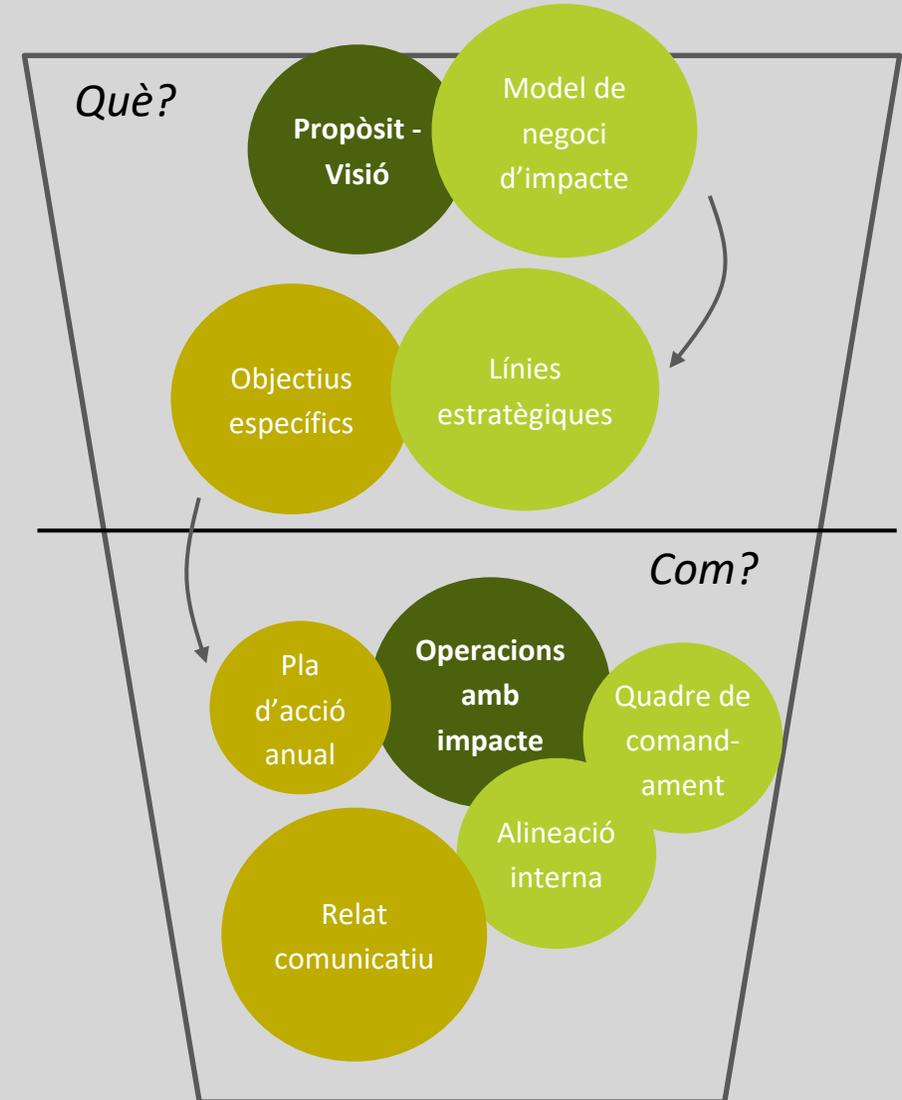
### Educadors

- Exemples concrets, business cases i experiències
- Dades significatives per a investigar

## Què sí és la sostenibilitat

La sostenibilitat és la **integració en cascada** d'un propòsit i una visió amb impacte social i mediambiental a l'organització, **des del model de negoci fins als objectius específics, les operacions, els indicadors i la comunicació.**

## Visió de la integració de la sostenibilitat



Part III. Beneficis de la  
sostenibilitat.



## #1. Increment de les vendes i la satisfacció del client

“Un 67% dels turistes participants en l’estudi estarien disposats a pagar un 5% més en el seu viatge per assegurar-se una estada amb el mínim impacte possible<sup>1</sup>.”

“Els turistes provinents dels EE.UU. que realitzen viatges sostenibles, segons l’estudi, gasten 600\$ més per viatge i solen tenir estades de major durada a la destinació<sup>2</sup>.”

“Els ingressos generats en vendes poden augmentar fins un 20% degut a l’adopció de pràctiques en sostenibilitat<sup>3</sup>.”

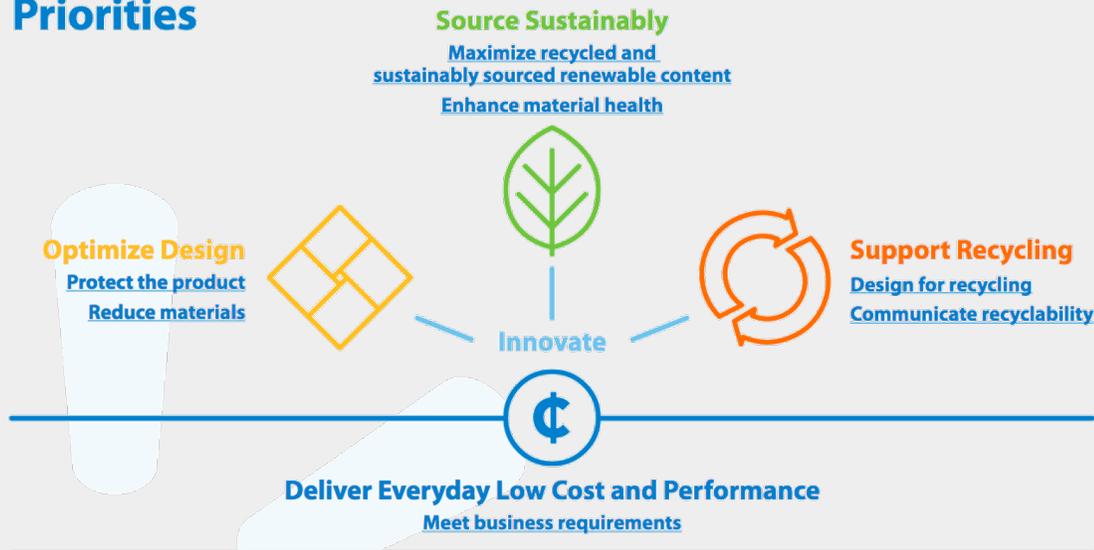
“Els consumidors actuals esperen més transparència, honestat i impacte global tangible de les empreses. Valoren poder escollir entre una sèrie de productes sostenibles, a preus competitius i d’alta qualitat<sup>4</sup>.”



Campanyes nacionals “Shop with a purpose” de Whole Foods amb productes B Corp.

## #2. Reducció de costos operacionals i millora de l'eficiència

### Priorities



“Les dades demostren que **de les empreses centrades en la sostenibilitat a nivell de producte, el 64% redueixen considerablement els costos en la cadena logística i de subministrament<sup>1</sup>.**”

“The Ritz-Carlton Hotel Company va iniciar un programa triennal per reduir el consum d’energia a través de la millora tecnològica i la conscienciació. Ha resultat en una **reducció del 13% del consum d’energia i un estalvi d’11 milions \$<sup>2</sup>.**”

“Host Hotels & Resorts ha aconseguit **reduir el consum d’aigua en un 70% i reduir les emissions de gasos d’efecte hivernacle en un 35%** a través de **millores tecnològiques**, comportant un **retorn de 40 milions de dòlars en la inversió** des de 2015 fins a 2019<sup>3</sup>.”

## #3. Increment de la reputació de marca

“Les empreses més sostenibles tendeixen a ser més confiades pels consumidors i els clients B2B, el que desemboca en més probabilitats de compra. **El 76% dels enquestats va revelar estar disposat a pagar més per productes si l'empresa estava compromesa amb el desenvolupament sostenible<sup>1</sup>.**”

“Segons un estudi internacional, un **81% dels enquestats pensa que és extremament o molt important que les empreses implementin programes per millorar el medi ambient**. L'estudi conclou que, en els mercats més avançats, els consumidors comencen a mirar activament per l'impacte de les empreses a qui compren<sup>2</sup>.”

## #4. Reducció de la rotació de personal i increment del compromís dels treballadors

“**Els millenials tenen 5 vegades més probabilitats de mantenir-se en una empresa que tingui un propòsit d'impacte fort, robust i consistent<sup>3</sup>.**”

“Una enquesta a 7.800 líders empresarials futurs de 29 països va trobar que més del 50% estarien disposats a reduir la seva retribució fins a un 15% per trobar un treball que coincideixi amb els seus valors<sup>4</sup>.”

“**La moral era un 55% superior en les empreses amb programes forts de sostenibilitat**, la lleialtat dels treballadors un 38% i la productivitat de la plantilla un 21%<sup>5</sup>.”

## #5. Innovació i accés a nous mercats

“En els quatre sectors que conformen el 60% de l’economia (alimentació, salut, ciutat i energia i materials), **l’assoliment dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) implica una oportunitat de 380 milions de llocs de treball i US\$12 trilions<sup>1</sup>.**”

“**El sector turístic sostenible espera un creixement de mercat del 10 % anual**, amb una major presència a Europa i una rellevància especial en el turisme enfocat a la sostenibilitat mediambiental<sup>2</sup>.”

**CEMEX – Patrimonio Hoy:** arquitectura, formació i finançament per l’autoconsum. 2.5M de clients en 5 països.

## #6. Reducció del risc i manteniment de la prosperitat futura del negoci

“En el major estudi sobre corporacions i dades vers el canvi climàtic, el **72% dels enquestats va manifestar que el canvi climàtic presenta riscos que podrien afectar significativament les seves operacions, ingressos o costos<sup>3</sup>.**”

“**Pràctiques com la d’instal·lar generadors d’energia elèctrica renovable** a les mateixes instal·lacions han vist els seus **costos reduïts un 66%** des del 2010, i ajuden a **reduir la dependència dels proveïdors d’energia i a minimitzar el risc de la pujada de preus<sup>4</sup>.**”

“Durant el 2017, diferents **crisis mediambientals** com l’alt nombre d’huracans al Carib, la crisi de l’aigua a Sudàfrica, i **altres riscos en zones costeres** han incrementat la presència de pèrdues de **milions de dòlars a la indústria hotelera<sup>4</sup>.**”

## #7. Millora de l'accés al capital

“Danone s’associa amb 12 bancs líders mundials per reduir els seus interessos sobre el deute si la companyia incrementa l’impacte social i mediambiental positiu (verificat per tercers). Segons declaracions de l’empresa, **el rendiment dels factors ASG, verificat per tercers, impactarà directament (positivament o negativament) el cost del capital**, és a dir, el marge que paguin als bancs durant tota la durada del préstec<sup>1</sup>.”

“A través de **crèdits lligats a objectius sostenibles**, el 2018, AnccorHotels va anunciar un acord amb 15 institucions financeres per un crèdit de 1.200 milions de dòlars, on **l’interès va lligat a la consecució d’objectius sostenibles en l’àmbit social, mediambiental i de governança<sup>2</sup>**.”



## Part III. Mètodes per a la integració de la sostenibilitat a l'empresa.

Integració de la sostenibilitat a l'empresa

Integració de la sostenibilitat en el model de negoci

Integració de la sostenibilitat en les operacions





(+)



Davant la necessitat d'incorporar la sostenibilitat en la gestió empresarial, **existeixen tres vies o mètodes que les empreses poden aplicar per tal d'integrar i desenvolupar la sostenibilitat en el seu model de negoci**. Aquests tres mètodes es caracteritzen per diferents nivells d'integració de la sostenibilitat en funció del compromís que adquireix l'empresa. En específic, els mètodes d'integració són els següents:

## A. Cartera de productes o serveis amb criteris de sostenibilitat

Creació de valor a diferents grups d'interès a través del producte o servei prestat. Per exemple:

- **Producte o servei amb menor impacte mediambiental** que la competència (a través del procés de cultiu o recol·lecció de la matèria prima, de la composició de materials, etc.).
- **Producte o servei que genera un impacte positiu als clients:** salut, educació, cultura, serveis per a grups desfavorits, etc.

## B. Polítiques internes d'organització i funcionament significatives que afavoreixin el propòsit

Inclusió de **pràctiques organitzatives significatives que maximitzin el valor generat als grups d'interès**. Per exemple:

- Constitució en forma de cooperativa o distribució d'accions de l'empresa entre els treballadors.
- Dinamització de la comunitat local (desfavorida) a través del compromís d'atendre a clients locals i/o prioritzar proveïdors locals de forma significativa.

## C. Finançament estable i col·laboració en projectes amb impacte positiu

**Suport a projectes específics amb impacte positiu alineat amb el propòsit de l'empresa** a través de donacions directes a organitzacions que els implementen (projectes ja existents), o mitjançant la generació ad hoc d'aliances i projectes específics que responguin a necessitats socials i mediambientals que afecten a l'activitat de l'empresa.



Califòrnia, EE.UU.

**Sector:** Turisme

## Focus de generació de valor:

Integrar l'accessibilitat universal en el sector turístic mitjançant l'habilitació de destinacions turístiques i l'oferta de serveis integrada enfocada a persones amb mobilitat reduïda.

## Mètode de creació de valor:

**Plataforma d'agència de viatges especialitzada en l'oferta de serveis per a persones amb diversitat funcional.** L'empresa es centra en augmentar la consciència social sobre les dificultats del col·lectiu per viatjar, i **millorar l'accessibilitat per a persones amb diversitat funcional a través de millores tecnològiques en les destinacions.**

A. Cartera de productes o serveis amb criteris de sostenibilitat

B. Polítiques internes d'organització i funcionament significatives que afavoreixen el propòsit

C. Finançament estable i col·laboració en projectes amb impacte positiu

## Quina tipologia de valor aporta el projecte?

### Valor Social:

- Facilitació de l'experiència de viatge a persones amb diversitat funcional mitjançant la creació d'una plataforma d'oferta d'activitats i allotjaments accessibles.
- Promoció de l'accessibilitat universal amb la implementació d'iniciatives de millora operacional i tecnològica per l'habilitació de parcs naturals i àrees protegides per a persones amb mobilitat reduïda.

### Valor Mediambiental:

- Promoció del turisme sostenible a través de la selecció de destins i allotjaments sostenibles i la definició d'operacions sostenibles.

### Valor Econòmic:

- Accés a un segment de mercat fins ara desatès en el sector turístic mitjançant la creació d'una plataforma de serveis que implica a les mateixes persones amb dificultats físiques i als seus acompanyants.
- Foment del desenvolupament econòmic de les comunitats locals a través de l'associació y capacitació d'operadors turístics locals per oferir el servei d'acompanyament adreçat al col·lectiu.



València, Espanya

**Sector:** Turisme / TIC

## Focus de generació de valor:

Reduir les desigualtats en el tracte que reben les persones amb dificultats auditives i millorar la seva situació i la dels seus acompanyants en estàncies turístiques en allotjaments.

## Mètode de creació de valor:

**Habilitació d'espais en el sector d'hostaleria per a persones amb dificultats auditives mitjançant l'adaptació tecnològica d'aquests amb sistemes d'avisos, bucles magnètics, llenguatge de signes en temps real i altres sistemes per la millora de la comunicació i el benestar del col·lectiu en la seva estància.**

A. Cartera de productes o serveis amb criteris de sostenibilitat

B. Polítiques internes d'organització i funcionament significatives que afavoreixen el propòsit

C. Finançament estable i col·laboració en projectes amb impacte positiu

## Quina tipologia de valor aporta el projecte?

### Valor Social:

- Millora de l'experiència i el benestar de les persones amb dificultat auditiva en les seves estàncies turístiques, eliminant les barreres per equiparar l'oferta del servei a tots els clients i reduir la desigualtat.
- Oferta del servei en altres sectors d'activitat i a nivell domèstic per tal de millorar l'impacte social associat al desenvolupament de la millora tecnològica.

### Valor Mediambiental

### Valor Econòmic:

- Aproximació a un segment del mercat turístic que presenta limitacions per accedir a ofertes que s'adaptin a les possibles necessitats de turisme accessible. Específicament, el 56% de les persones amb discapacitat decideix no viatjar per una falta d'oferta de turisme accessible.
- Model de negoci autosostenible enfocat a l'oferta de solucions tecnològiques associades a una millora de l'impacte social.





Londres, G.B.

**Sector:** Turisme / Alimentació

## Focus de generació de valor:

Reduir el malbaratament alimentari i afavorir millora operacional de les cuines comercials d'hostaleria i restauració mitjançant l'aplicació d'equipament tecnològic basat en la intel·ligència artificial.

## Mètode de creació de valor:

L'empresa ofereix equipament tecnològic basat en **intel·ligència artificial per analitzar els residus alimentaris en cuines comercials d'hostaleria i restauració i optimitzar el model de producció**, reduint el **malbaratament**, les **emissions de gasos d'efecte hivernacle** associades a aquest, i generant estalvis significatius en costos.

A. Cartera de productes o serveis amb criteris de sostenibilitat

B. Polítiques internes d'organització i funcionament significatives que afavoreixen el propòsit

C. Finançament estable i col·laboració en projectes amb impacte positiu

## Quina tipologia de valor aporta el projecte?



### Valor Social:

- Reducció del malbaratament alimentari en cuines comercials d'hostaleria i restauració, identificant les millores operacionals que permeten una millora en l'assignació i ús de recursos.

### Valor Mediambiental:

- Reducció de les emissions de gasos d'efecte hivernacle associats a la reducció operacional de residus alimentaris i l'optimització en l'ús de matèries primes. Entre els clients més avançats, han obtingut casos de reducció de més de 50.000 tones de CO<sub>2</sub> anuals.

### Valor Econòmic:

- El malbaratament alimentari, en la indústria d'hostaleria i restauració, pot arribar a assumir uns costos de 100.000 milions d'euros anuals a nivell global, arribant a nivells de malbaratament del 20% del menjar proveït.
- La plataforma tecnològica permet a les empreses optimitzar l'estructura de costos mitjançant tecnologies d'anàlisi de dades i intel·ligència artificial, suposant estalvis de fins a un 8% de costos anuals.

## TUTAKA

Hamburg, Alemanya

**Sector:** Turisme / Hostaleria

### Focus de generació de valor:

Reduir l'impacte mediambiental associat al sector turístic i l'hostaleria mitjançant l'oferta d'aprovisionament on-line amb alts criteris de sostenibilitat i circularitat.

### Mètode de creació de valor:

**Plataforma Marketplace per la compra i l'aprovisionament de material hoteler y de restauració** (alimentació, cura i higiene, acomodació, etc.) amb **alts criteris de sostenibilitat** i un servei de circularitat en l'ús que permet tancar el cicle d'ús i reutilització dels productes.

A. Cartera de productes o serveis amb criteris de sostenibilitat

B. Polítiques internes d'organització i funcionament significatives que afavoreixen el propòsit

C. Finançament estable i col·laboració en projectes amb impacte positiu

### Quina tipologia de valor aporta el projecte?

#### Valor Social:

- Impuls de la conscienciació per la reducció de l'impacte mediambiental en les operacions i aprovisionament del sector de l'hostaleria.

#### Valor Mediambiental:

- Reducció de l'impacte mediambiental (emissions de carboni, residus generats, etc.) associat al sector de l'hostaleria a través d'un aprovisionament sostenible i que integra la circularitat dels productes en la seva operació.

#### Valor Econòmic:

- Plataforma Marketplace autosostenible que es focalitza en un segment de mercat innovador i amb un creixement potencial degut als objectius de reducció d'impacte mediambiental del sector del turisme.
- Impuls de la reducció de costos en l'aprovisionament de productes específics degut a la capacitat de reutilització i circularitat en la cadena d'aprovisionament del sector de la hostaleria.

## bookdifferent

Hilversum, Països Baixos

Sector: Turisme

### Focus de generació de valor:

Impulsar el turisme responsable a través de la promoció i foment de destins turístics sostenibles: baix impacte mediambiental i que promoguin la desenvolupament econòmic de la comunitat local.

### Mètode de creació de valor:

**Plataforma de reserva d'hotels que disposin d'eco-certificacions, o altres qualificacions mediambientals, fomentin la reducció d'ús de plàstics en les seves operacions, respectin un aprovisionament alimentari de KM0 i conformin destinacions turístiques que respectin la sostenibilitat de l'ecosistema local.**

A. Cartera de productes o serveis amb criteris de sostenibilitat

B. Polítiques internes d'organització i funcionament significatives que afavoreixen el propòsit

C. Finançament estable i col·laboració en projectes amb impacte positiu

## Quina tipologia de valor aporta el projecte?

### Valor Social:

- Foment del desenvolupament de l'economia local amb la promoció de l'aprovisionament de proximitat en les destinacions turístiques i l'oferta única de destinacions sostenibles d'acord amb l'ecosistema social local.

### Valor Mediambiental:

- Foment de la reducció de l'impacte mediambiental en el sector turístic a través de la limitació d'oferta a destinacions turístiques i hotels amb alts criteris de sostenibilitat i impacte mediambiental.
- Capacitació a les empreses de destinació turística per reduir l'impacte mediambiental en la seva cadena de valor i en les seves instal·lacions turístiques.

### Valor Econòmic:

- Plataforma de reserves enfocada a un segment de mercat creixent que permet facilitar el procés de cerca de destinacions sostenibles a l'usuari.
- Model de negoci d'impacte autosostenible que promou el desenvolupament econòmic local de forma sostenible.



Massachusetts, EE.UU.

Sector: Turisme / TIC

## Focus de generació de valor:

Promocionar el turisme responsable i sostenible mitjançant el càlcul, reducció i compensació de les emissions de CO<sub>2</sub> associades a les destinacions, trajectes i allotjaments dels serveis turístics oferts.

## Mètode de creació de valor:

**Plataforma de reserva on-line i gestió de viatges que mesura la petjada de carboni** de l'estància i el desplaçament i **la compensa a través del finançament de projectes de reforestació i promoció d'energies renovables**. També ha assolit un compromís de donació a projectes de millora de l'impacte mediambiental i compensació de CO<sub>2</sub>.

A. Cartera de productes o serveis amb criteris de sostenibilitat

B. Polítiques internes d'organització i funcionament significatives que afavoreixen el propòsit

C. Finançament estable i col·laboració en projectes amb impacte positiu

## Quina tipologia de valor aporta el projecte?

### Valor Social:

- Foment del desenvolupament local i social a través del finançament de projectes d'autoconsum i abastament d'energies renovables a granges locals.

### Valor Mediambiental:

- Finançament de projectes per la compensació d'emissions de carboni associades als productes i serveis reservats pels seus clients en la plataforma turística.
- Finançament de projectes externs per la reforestació d'ecosistemes naturals en tot el món i la protecció d'ecosistemes agrícoles en benefici de les comunitats locals.
- Finançament de projectes externs per la creació de fonts d'energia sostenibles i renovables (eòlica, solar, etc.) i la reducció d'emissions de gas metà.

### Valor Econòmic:

- Definició de preus competitius pel client per complementar la seva estratègia diferenciadora d'impacte mediambiental i autosostenir-se en el mercat amb un model de negoci d'impacte.





París, França

**Sector:** Turisme

## Focus de generació de valor:

Impulsar iniciatives d'impacte social i mediambiental en les comunitats locals on s'ofereixen experiències turístiques col·laboratives i de proximitat pel foment de l'economia local.

## Mètode de creació de valor:

**Plataforma d'oferta d'experiències col·laboratives, locals i de proximitat, i finançament de projectes d'impacte social i mediambiental en la comunitat local** a través de la donació del 50% de beneficis i l'1% de les transaccions a organitzacions no governamentals locals d'impacte de la selecció del client.

A. Cartera de productes o serveis amb criteris de sostenibilitat

B. Polítiques internes d'organització i funcionament significatives que afavoreixen el propòsit

C. Finançament estable i col·laboració en projectes amb impacte positiu

## Quina tipologia de valor aporta el projecte?

### Valor Social:

- Foment del turisme local i de proximitat a través de la creació d'una plataforma col·laborativa entre guies locals i oferta de serveis a turistes.
- Finançament de projectes d'impacte social en la comunitat local on es desenvolupen els serveis turístics de la plataforma a través d'una xarxa d'ONGs col·laboradores.

### Valor Mediambiental:

- Finançament de projectes d'impacte mediambiental i conservació d'ecosistemes a través d'una xarxa d'ONGs col·laboradores.

### Valor Econòmic:

- Impuls d'un model de negoci autosostenible i competitiu que fomenta el desenvolupament local i les experiències turístiques de proximitat implicant als agents locals.
- Finançament de projectes d'organitzacions no governamentals locals mitjançant la donació del 50% dels beneficis del model de negoci i l'1% de les transaccions de venda.





Califòrnia, EE.UU.

**Sector:** Oci

## Focus de generació de valor:

Oferir activitats guiades i sostenibles d'aventura que prioritzin experiències de qualitat i conscienciació sobre la conservació del medi ambient, i una organització del treball socialment responsable.

## Mètode de creació de valor:

**Oferta de guies d'aventura que incorporen formació i conscienciació mediambiental als visitants.** Addicionalment, **l'empresa s'organitza com una cooperativa** pel foment de la responsabilitat social i organitza voluntariats corporatius i el finançament de projectes de conservació i accessibilitat universal en les aventures a l'aire lliure.

A. Cartera de productes o serveis amb criteris de sostenibilitat

B. Polítiques internes d'organització i funcionament significatives que afavoreixen el propòsit

C. Finançament estable i col·laboració en projectes amb impacte positiu

## Quina tipologia de valor aporta el projecte?

### Valor Social:

- Estructuració de l'organització en una cooperativa de treballadors que garanteix la independència dels monitors i incorpora les visions dels stakeholders locals en la presa de decisions.
- Finançament de projectes que contribueixen al desenvolupament local de la comunitat i l'accessibilitat universal en les aventures a l'aire lliure.

### Valor Mediambiental:

- Foment de la conservació i reducció de l'impacte humà amb l'oferta de visites guiades i sostenibles.
- Formació als visitants en respecte mediambiental i conservació.
- Voluntariat i finançament dels treballadors destinat a projectes de conservació mediambiental local.

### Valor Econòmic:

- Creació d'activitats guiades a parcs naturals amb guies locals experts que potencia l'economia local recolzant-se en el turisme rural i d'aventura.



La generació de valor compartit i la integració de la sostenibilitat en les operacions comprèn la **transformació de la gestió diària de l'empresa i s'orienta a l'optimització de l'impacte social, mediambiental i econòmic de tota la cadena de valor pels diferents grups d'interès**. En aquest marc, la millora de l'impacte associat a les operacions es caracteritza per una transformació gradual de l'operativa diària, enfocada, de forma majoritària, a les següents àrees de treball:



## GOVERNANÇA:

- Polítiques en ètica, transparència i govern corporatiu.



## TREBALLADORS

- Millora de les condicions laborals i el benestar dels/de les treballadors/es.
- Polítiques d'inclusió i equitat en l'espai de treball.



## COMUNITAT

- Selecció de proveïdors locals i d'impacte positiu.
- Polítiques de desenvolupament local.



## MEDI AMBIENT

- Selecció de matèries primes.
- Impacte mediambiental del procés productiu.
- Impacte mediambiental de les instal·lacions.



## CLIENTS

- Qualitat dels productes/serveis.
- Transparència de la informació de producte.



Riu Hotels és una cadena hotelera que es basa en un model de negoci tradicional enfocat a la reserva i venda de serveis turístics. No obstant, durant l'última dècada, ha implementat un **procés de millora operacional que desemboca en una major sostenibilitat de la seva cadena de valor** i una millora de l'impacte cap als seus agents d'interès.

## TREBALLADORS:



- **Pla d'igualtat** per regular i assegurar la igualtat de gènere en les condicions i relacions laborals a l'empresa.
- **Programes de desenvolupament i suport al talent jove** de l'empresa pel foment de la promoció interna.

## COMUNITAT:



- **Contribució al desenvolupament social i econòmic de les comunitats locals:** finançament de projectes d'ajuda social, col·laboració amb ONGs per atendre situacions de risc social i salut, etc.
- **Priorització de l'aprovisionament local** de les diferents cadenes d'hotels per millorar l'impacte econòmic local.

## MEDI AMBIENT:



- Implementació de criteris de **sostenibilitat mediambiental en l'aprovisionament** de l'empresa.
- **Implementació de mesures operatives per la gestió i reducció de residus** (sistemes de reciclatge, compra de materials orgànics i biodegradables, etc.)
- **Implementació de sistemes d'eficiència energètica.**



**ACCIÓ**



**Generalitat  
de Catalunya**



Roots for Sustainability