

Sol Meliá por el Desarrollo Sostenible

Construyendo nuestro legado



Palma, 23 de octubre de 2008

Índice

“ ¿De qué estamos hablando?

- “ Los retos del Desarrollo Sostenible
- “ La respuesta de Sol Meliá
- “ Algunos resultados
- “ Conclusiones: las oportunidades

¿De qué estamos hablando?



Strategy & Society

The Link Between Competitive Advantage and Responsibility

El cambio climático se cebará en los trópicos

petitive Advantage and Responsibility

Mark R. Kramer

REPORTAJE

Abre del desarrollo sostenible

a 17 empresas españolas que destacan por su gestión responsable

El Un manual ayudará a los hoteles a mejorar el acceso a discapacitados

Las empresas comienzan a asumir responsabilidades sociales mientras se preparan leyes que penarán la vulneración de derechos humanos o la falta de ética

Texto de Antonio Corbillón. Fotografía de Hasan Sarbakhshian (Efe).

itarán las bases de la norma

una ley

Más claridad en el deber

The good company

dirty

RSC"

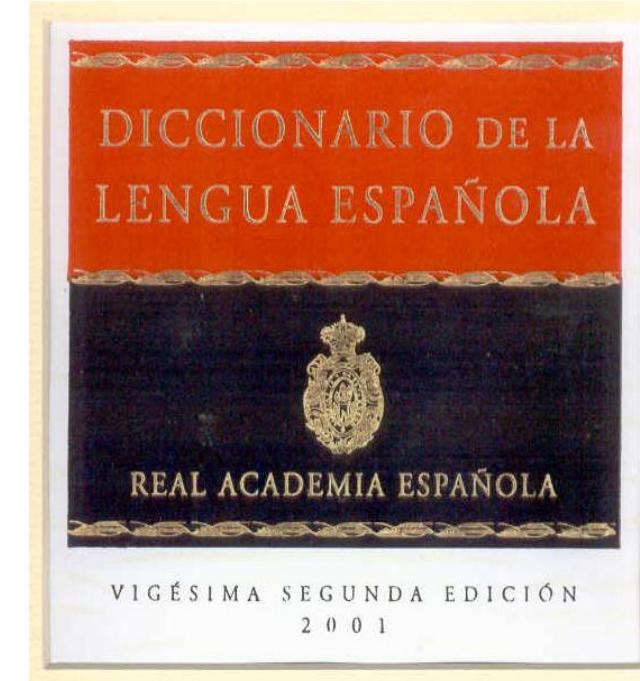
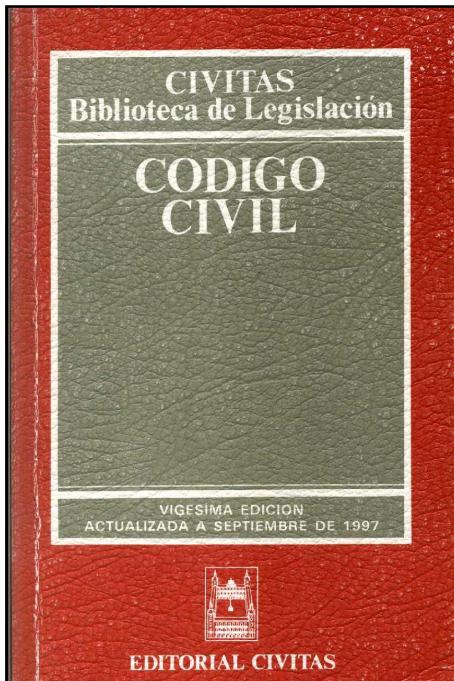
Desarrollo sustentable, pobreza y calidad de vida

Alberto Cortés

La triplex Fin de la impunidad: el que contamina, paga... y repara

Queda aún mucho por hacer pero la decisión de aprobar una Ley de Responsabilidad Social Corporativa destinada a proteger al personal de

¿Responsabilidad?



Responsable = el que por acción u omisión causa daño a otro, con culpa o negligencia

Responsable = comprometido y diligente, aquel que pone cuidado o atención en lo que hace

Algunas ideas claras

- ✓ Empresa familiar
- ✓ Doing good vs Doing well
- ✓ %_{eo} social+es muy amplio.
- ✓ Lo importante no es el nombre

La dimensión de los conceptos

%**la responsabilidad social corporativa** es la forma en que las empresas integran los criterios sociales y medioambientales en sus operaciones. +

Libro Verde de la Comisión Europea

 : 379.000

%**Acción social** es de la empresa la dedicación de sus recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos de desarrollo de la sociedad en beneficio de personas desfavorecidas en áreas de asistencia social, salud, educación, formación profesional y empleo+.

Fundación Empresa y Sociedad

 : 1.850.000

%**El desarrollo sostenible** consiste en satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades.+

Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo

(Comisión Brundtland): Nuestro Futuro Común

 : 2.340.000

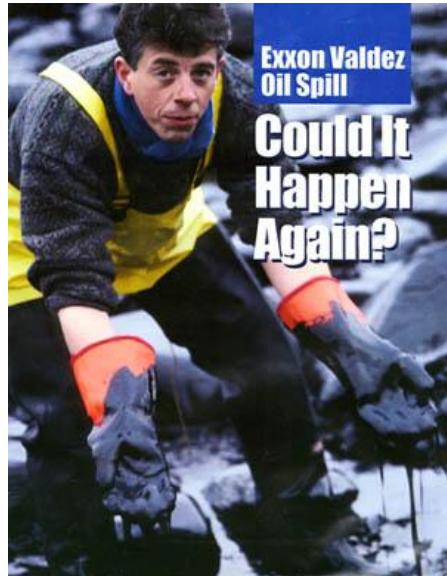
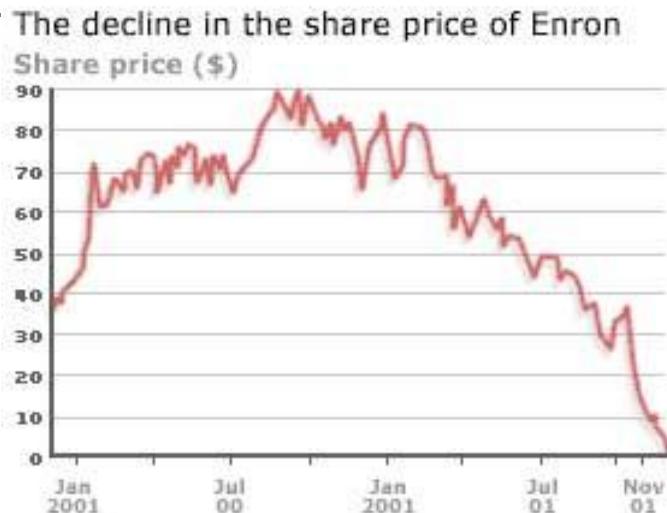
Índice

- “ ¿De qué estamos hablando?
- “ Los retos del Desarrollo Sostenible**
- “ La respuesta de Sol Melia
- “ Algunos resultados
- “ Conclusiones: las oportunidades

Reto 1: la realidad social



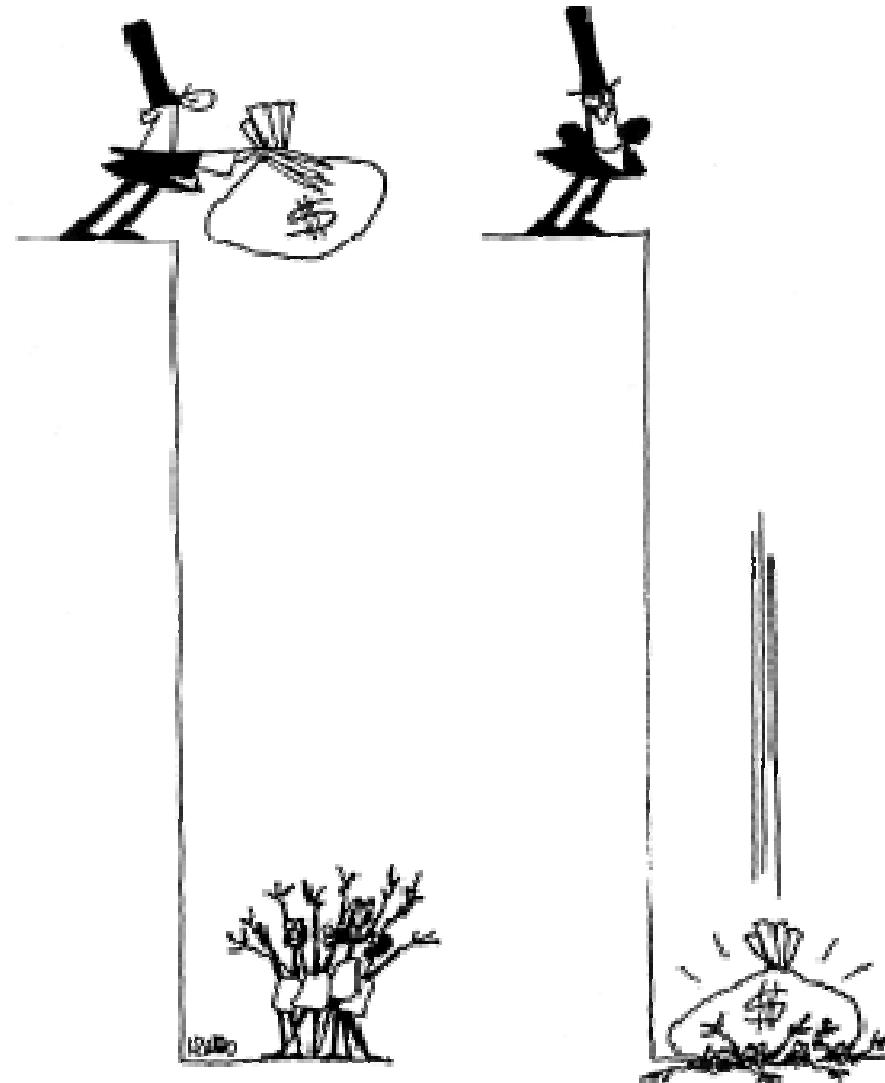
Reto 2: la realidad empresarial



WorldCom se desploma



Reto 3: otra visión de la filantropía



Reto 4: el poder de las marcas



Reto 5: impacto directo en la cuenta de resultados



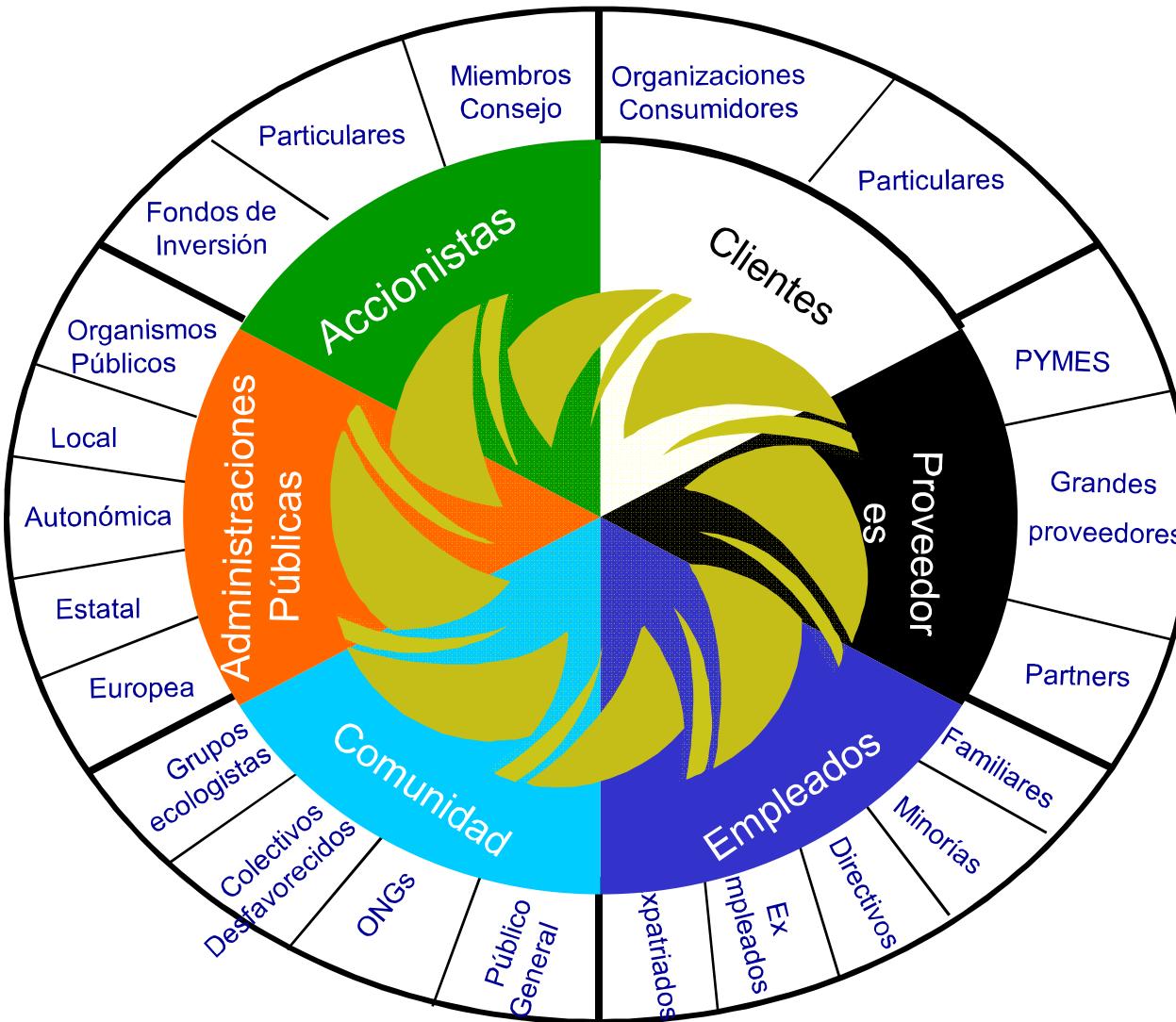
0 .60



3 .60

.... ser una marca comprometida tiene un valor

Reto 6: no podemos permitirnos prescindir de la confianza de ningún grupo de interés



La moneda de cambio hoy en día es la legitimidad

Índice

“ ¿De qué estamos hablando?

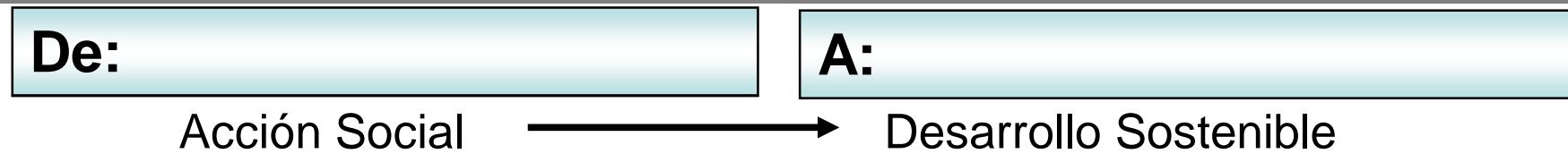
Los retos del Desarrollo Sostenible

“ Respuesta de Sol Meliá

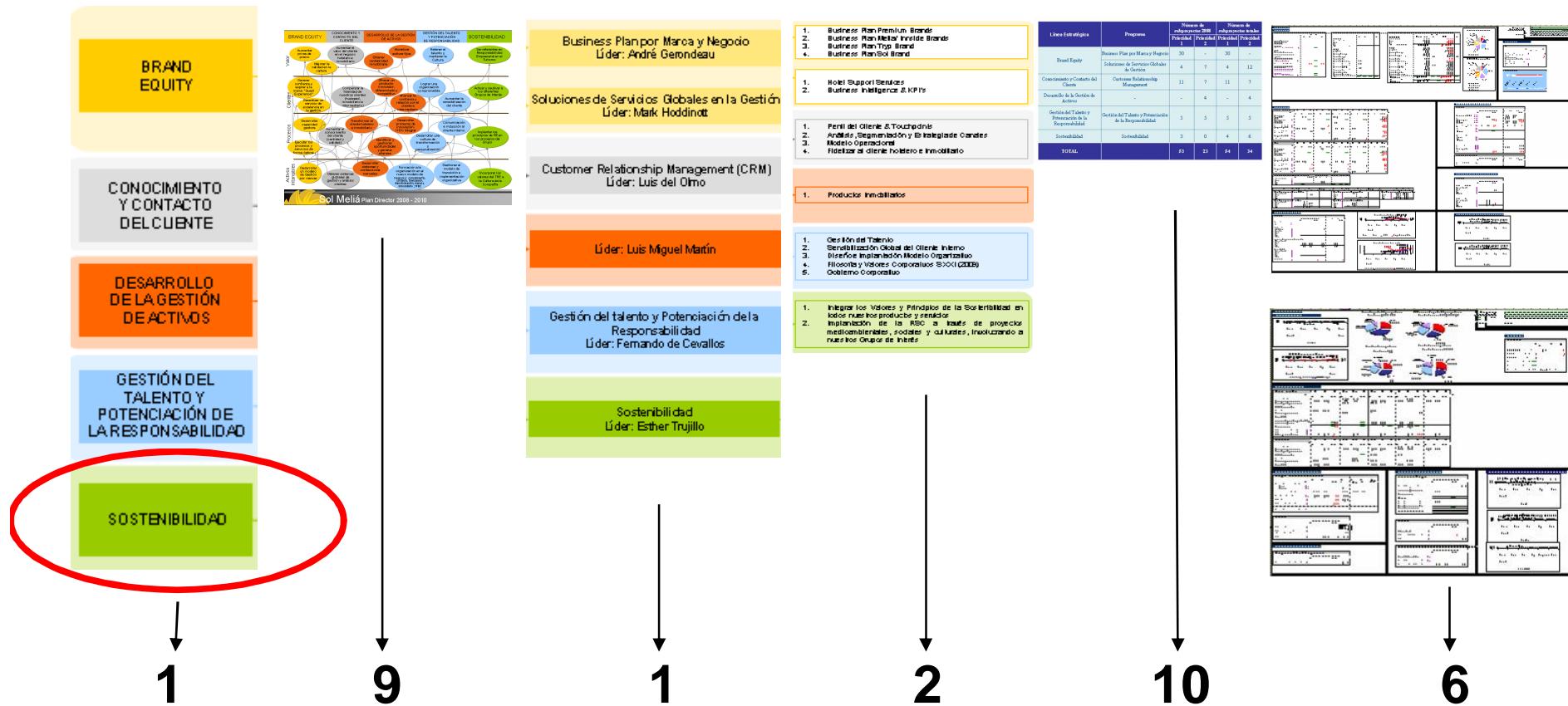
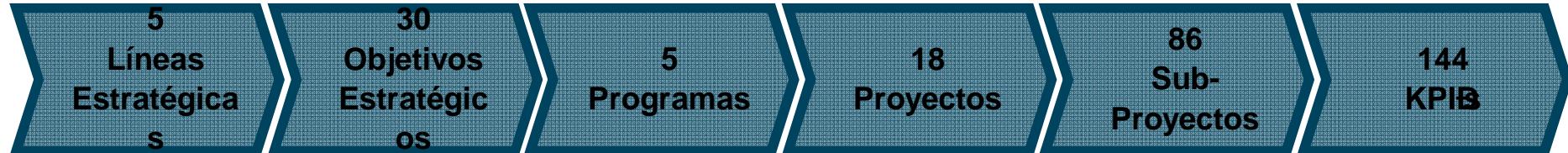
“ Algunos resultados

“ Conclusiones: las oportunidades

1º: Un cambio de enfoque



2.- Integrado en nuestra estrategia de negocio



3º.- Definir una misión y visión

NUESTRA MISIÓN

Crear valor para SM, haciendo de la sostenibilidad una ventaja competitiva: que todos nos prefieran por nuestro comportamiento responsable.

Crear valor para todos los grupos de interés, implicándoles a través del diálogo y las alianzas.

NUESTRA VISIÓN

Contribuimos al desarrollo (sostenible) de las comunidades en que operamos y de las personas que las forman

Construyendo nuestro legado.

4.- Establecer un Marco de Trabajo

Dos grandes proyectos

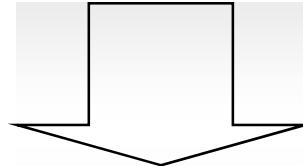


1

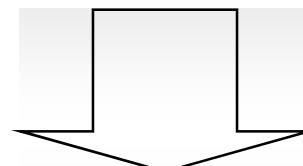
**INTEGRAR LOS VALORES Y
PRINCIPIOS DE LA
SOSTENIBILIDAD EN EL
NEGOCIO**

2

**IMPLANTAR LOS VALORES Y
PRINCIPIOS DE LA
SOSTENIBILIDAD EN EL
NEGOCIO, IMPLICANDO A
TODOS NUESTROS
STAKEHOLDERS**

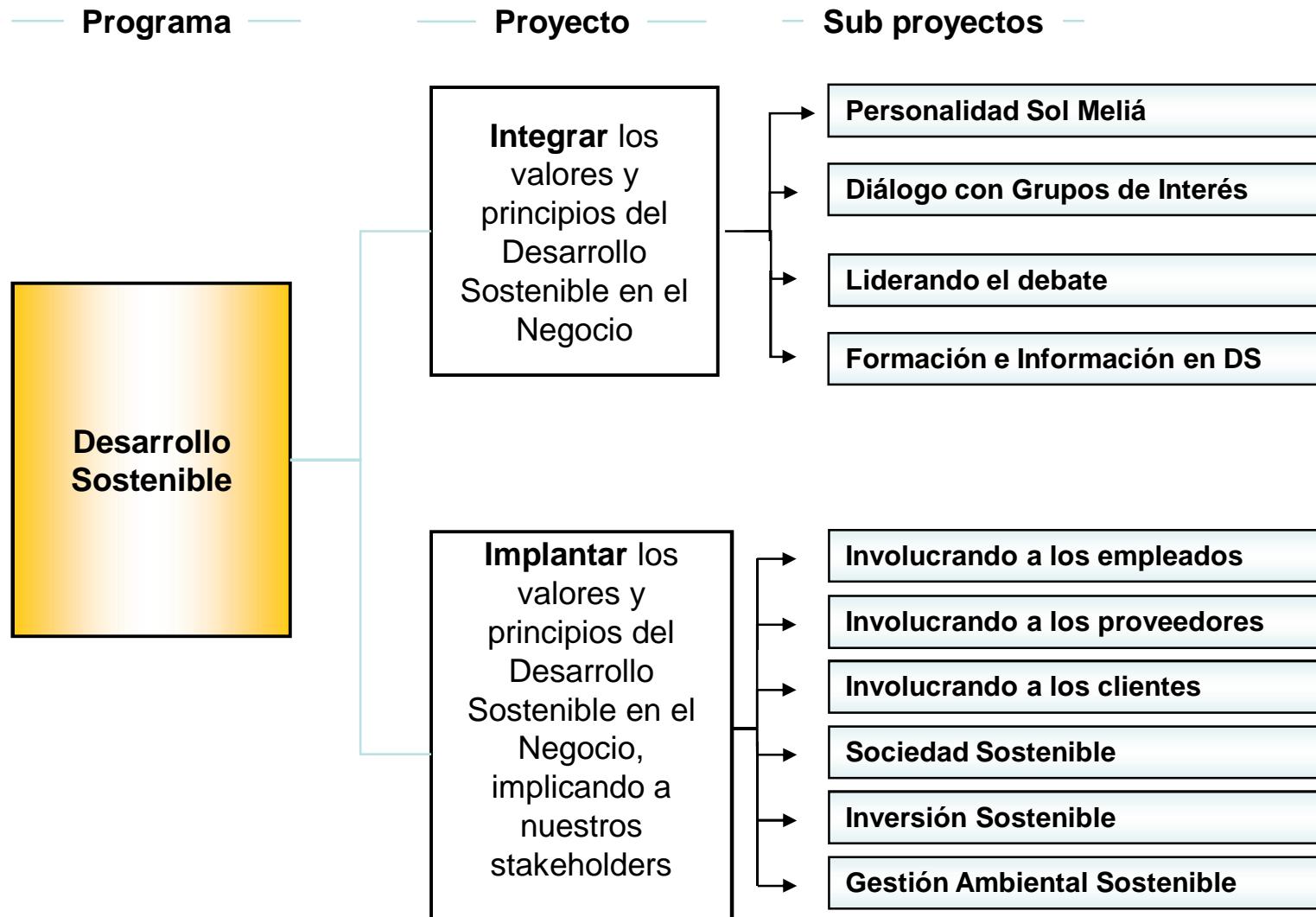


Crear valor para SM, haciendo de la sostenibilidad una ventaja competitiva: que todos nos prefieran por nuestro comportamiento responsable.



Crear valor para todos los grupos de interés, implicándoles a través del diálogo y las alianzas.

5.- Plan Director de Desarrollo Sostenible



6º.-Incubadora de Proyectos

Complemento al Plan Director

¿Qué es?

- “ Sistema de generación de buenas prácticas, ajustado las particularidades de cada marca, área geográfica o producto.
- “ Metodología: Examinar-Experimentar-Exportar
- “ Respaldo de al menos 1 director de hotel.
- “ 6 . 18m + evaluación

¿Para qué?

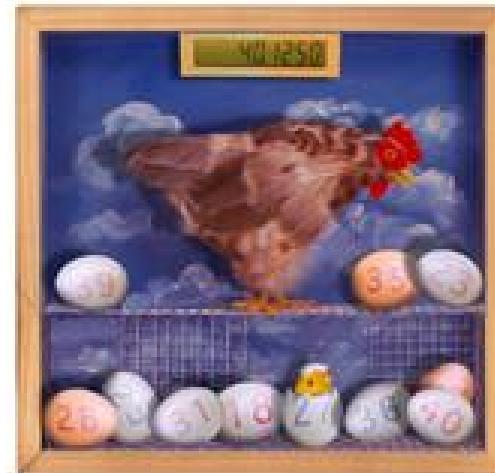
“Conexión entre programa y empleados hoteles e implicación.

“Ajuste de la estrategia a las necesidades locales

“Conexión entre la %idea+y la buenas prácticas

“Permite %equivocarse+y aprender

“Reconocimiento interno y transferencia de conocimiento



Índice

- “ ¿De qué estamos hablando?
- “ Los retos del Desarrollo Sostenible
- “ Respuesta de Sol Meliá
- “ Algunos resultados**
- “ Conclusiones: las oportunidades

Involucrando a Clientes



¿Cómo implicamos a nuestros clientes?

Buscamos su sensibilización e involucración. Les informamos sobre la gravedad de los problemas y cómo pueden contribuir a solucionarlos

En las acciones sociales

- “ Día Solidario
- “ Tarjeta MaS (redención de puntos)

En el medio ambiente

- “ Día Solidario: detective ecológico y teatro de la Tierra en Peligro
- “ Green Floor (Brasil)
- “ Petición de colaboración con ONGs (WWF Brasil)



Involucrando a Empleados

Acción Social

- ~ Colaboración con las comunidades donde están presentes
- ~ Construcción de Escuelas



Medio Ambiente

- ~ Dándoles a conocer la importancia que sus acciones tienen en lograr un menor impacto medioambiental.



Formación e Información

- ~ Formándoles para ser partícipes y miembros activos del Desarrollo Sostenible de la compañía



FACE
Federación de Asociaciones
de Celiacos de España
C/ Hileras 4, 4º 12
28013 Madrid
Tel.: 915 475 411
Fax: 915 410 664
www.celiacos.org



• We protect
children from
sex tourism.

Gestión Ambiental Sostenible



SAVE

- ⇒ Iluminación, apuesta por LEDs: ME Madrid 83.791 KWh/año (AE)
- ⇒ Disminución emisiones CO2: 3.297 ton. en 2007
- ⇒ Disminución consumo agua: 178.000 m³ en 2007
- ⇒ 115 hoteles en 2008



AHORRO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA
EN SOL MELIÁ

Nuevos Enclaves: Ejemplo Gran Meliá Palacio de Isora

“Iluminación: ahorro previsto: 3.337.000 KWh/año.

“Energía: 53.000 litros de combustible no consumido

“CO2: 1.685 toneladas no emitidas



Colaboraciones



Sociedad Sostenible



Día Solidario

Año	Participación clientes	
	Adultos	Niños
2008	37.529	4.475
2007	20.434	4.377
2006	9.462	3.560



Código de Conducta

- “ Código de Conducta del Sector Turismo para la protección de los niños, niñas y adolescentes contra la explotación sexual comercial.
- “ Primera empresa española del sector turístico.



Fondo de ayuda



- “Huracan Wilma . Cancún/ Cozumel 2005 (142.000”)
- “Terremoto en Pisco 2007 (57.000 ”)
- “Accidente Spanair 2008 /Cesión de Activos



Índice

- “ ¿De qué estamos hablando?
- “ Los retos del Desarrollo Sostenible
- “ Respuesta de Sol Meliá
- “ Algunos resultados
- “ Conclusiones: las oportunidades

危
機

crisis

機

De mercado:



Conciencia del consumidor

機

Liderazgo:



Proactividad y enfoque sectorial

機

Co-responsabilidad:



Partenariado y colaboración

機

Social:



Empresa como actor social legítimo



"No hay nada más difícil de planificar, ni más peligroso de gestionar, ni menos probable de tener éxito, que la creación de una nueva manera de hacer las cosas.+

Nicolás Maquiavelo. El Príncipe (1513).

desarrollosostenible

Sol Meliá, construyendo nuestro legado



muchas gracias

desarrollo.sostenible@solmelia.com