Responsible Hotels

Javier Ortiz

responsible hotels.travel

Las empresas deben incorporar la innovación a su estrategia y comprometerse con el desarrollo sostenible

La Transparencia es una fuente de innovación, y una actitud

responsible hotels.travel

Vivimos en un mercado donde ya no se compite por la calidad de los productos, sino por la calidad de la experiencia al comprarlos y consumirlos.

Pere Rosales

responsible hotels.travel

Un consumidor recibe hasta 3000 impactos publicitarios al día.

La decisión de compra es más compleja y rápida

responsible hotels.travel

Ha nacido un nuevo mercado y un nuevo consumidor, que demanda una transición entre la interrupción publicitaria y el compromiso en la conversación.

responsible hotels.travel

Medimos la Responsabilidad

Lo que se puede medir, se puede gestionar

Ser responsables es mucho más que una filosofía. No se trata de palabras, sino de una realidad objetiva y claramente medible. A través de indicadores valoramos la eficiencia de la gestión de los hoteles y el impacto de la actividad.

Retorno a los orígenes

Reducción de la contaminación

Gestión Ética y Transparente

responsible hotels.travel

Responsible Hotels | **Un componente del Turismo Responsable**

Minimizar el impacto sobre el medio ambiente (reciclaje, reducción de desechos, etc.)

Preservar las costumbres y culturas locales

Mantener un nivel alto de satisfacción del cliente

Maximizar los beneficios económicos en la comunidad local

responsible hotels.travel

- Lo “verde” está de moda!!
  - El 50% de los consumidores en OTAs y el 47% de los consumidores en general indican que tienen en cuenta el impacto medioambiental en sus viajes.

- Comunicar estándares fácilmente reconocibles es esencial
  - Los consumidores generalmente quieren saber más sobre la política medioambiental de sus marcas preferidas, pero también se muestran escepticos de lo que las empresas comunican.

- No es fácil ser “verde”
  - Tan sólo el 8% de los encuestados que tienen en cuenta el impacto medioambiental en sus viajes indicaron que fuera fácil encontrar opciones.

- La industria necesita reenfocar la percepción de las tarifas
  - Consumidores asumen que los viajes con menor impacto medioambiental son más caros. El 67% tendría más en cuenta las opciones si no tuvieran un coste extra.
  - La industria no está desarrollando particularmente productos en este sentido con precios especiales.

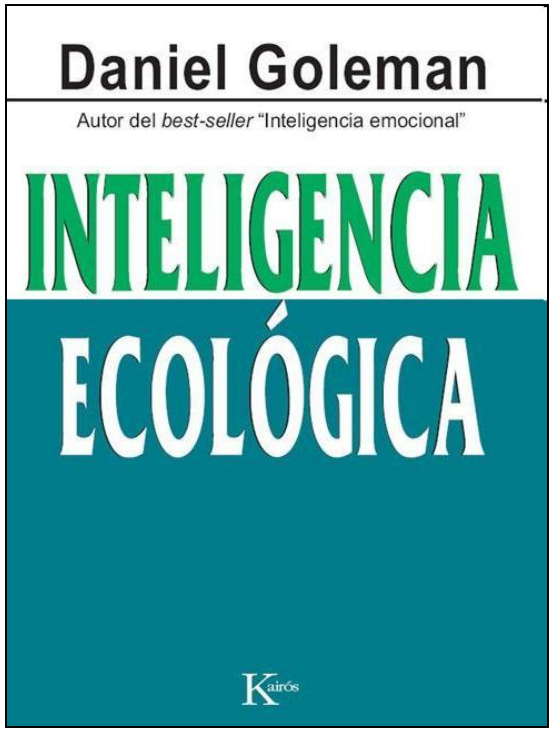
PhocCusWright. US

- Enfocar los mensajes en la autenticidad, la calidad, las experiencias saludables, la cercanía.
  - El Turismo Responsable ofrece múltiples beneficios “derivados” para el consumidor que conectan directamente con sus motivaciones esenciales.

- Debe evitarse comunicar sobre la oferta de Turismo Responsable desde el tono institucional y las pautas morales:
  - Esta vía no sólo carece de atractivo sino que, además, tiende a generar sentimientos de culpa en la audiencia que resultan negativos y pueden provocar distanciamiento y hasta rechazo.

- La premisa de la responsabilidad aplicada al turismo presenta un problema de identificación y credibilidad entre los consumidores.
  - Se hace necesaria la implicación de agentes independientes / objetivos que garanticen esta labor responsable.

- Los viajeros no perciben en el Turismo Responsable un producto sino más bien un atributo que aporta valor.



"Abrir un nuevo horizonte económico hasta ahora inédito que consiste en implantar una regulación que aporte transparencia en el mercado y nos permita conocer el impacto oculto de nuestras compras."

Responsible Hotels | **Tendencias**

GoodGuide BETA

Sign in with Facebook • Sign in • Sign up • About

SEARCH

More in Baby Food
- 2nd Baby Foods
- 3rd Baby Foods
- 1st Baby Foods
- Baby Cereal
- Baby Juices
- Baby Snacks

Personal Care
- Baby Care
- Bath, Shower & Soap
- Deodorants & Antiperspirants
- Diapers
- Eye & Ear Care

More ↓

Food
- Baby Food
- Breads & Baked Goods
- Breakfast
- Canned Foods
- Condiments, Dips, & Salad Dressings

More ↓

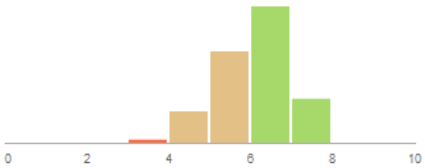
Household Chemicals
- Air Fresheners
- Dishwashing
- Household Cleaners

Home » Categories » Food » Packaged Foods » Baby Food

Baby Food Guide

Found any surprises? Let others know.

Spread of ratings for all 642 products in Baby Food



See ratings for all 642 Baby Food products »

Only see what's: Organic · Vegan · Low in Sugar · More…

Find a specific product | Search

The Best Baby Food:

Homemade Baby Just Peas Baby Food	7.9
Tasty Baby Squash 'em	7.6
World Baby Foods Baby Borscht	7.5

all good baby food »

The Worst Baby Food:

Beech-Nut Stage 2 - Pineapple Glazed Ham	3.8
Nature's Goodness 2, Plums with Apples Baby Food	3.9

Compare Brands

- Gerber Baby Foods (195)
- Nature's Good-ness (79)
- Plum Organics (17)
- Beech-Nut (137)
- O Organics (26)
- Stonyfield (16)
- Earth's Best (89)
- HappyBaby (22)
- Healthy Times (14)

responsible hotels.travel

GoodGuide BETA

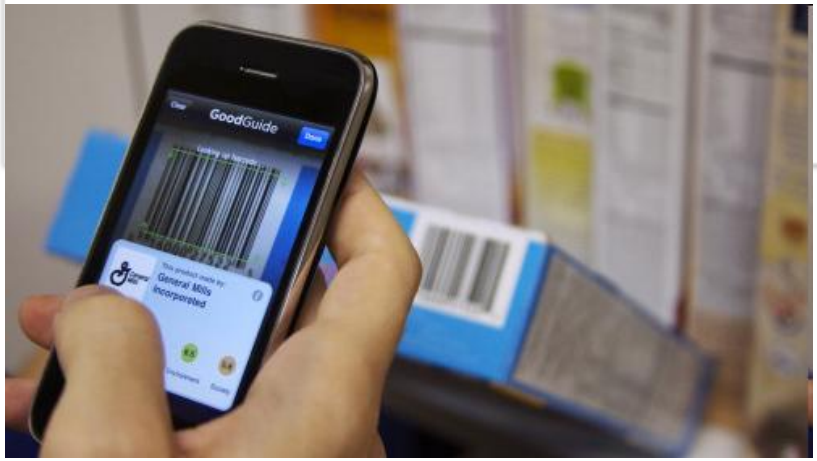
Environmental Impact

Calculated using Life Cycle Assessment (LCA) - more

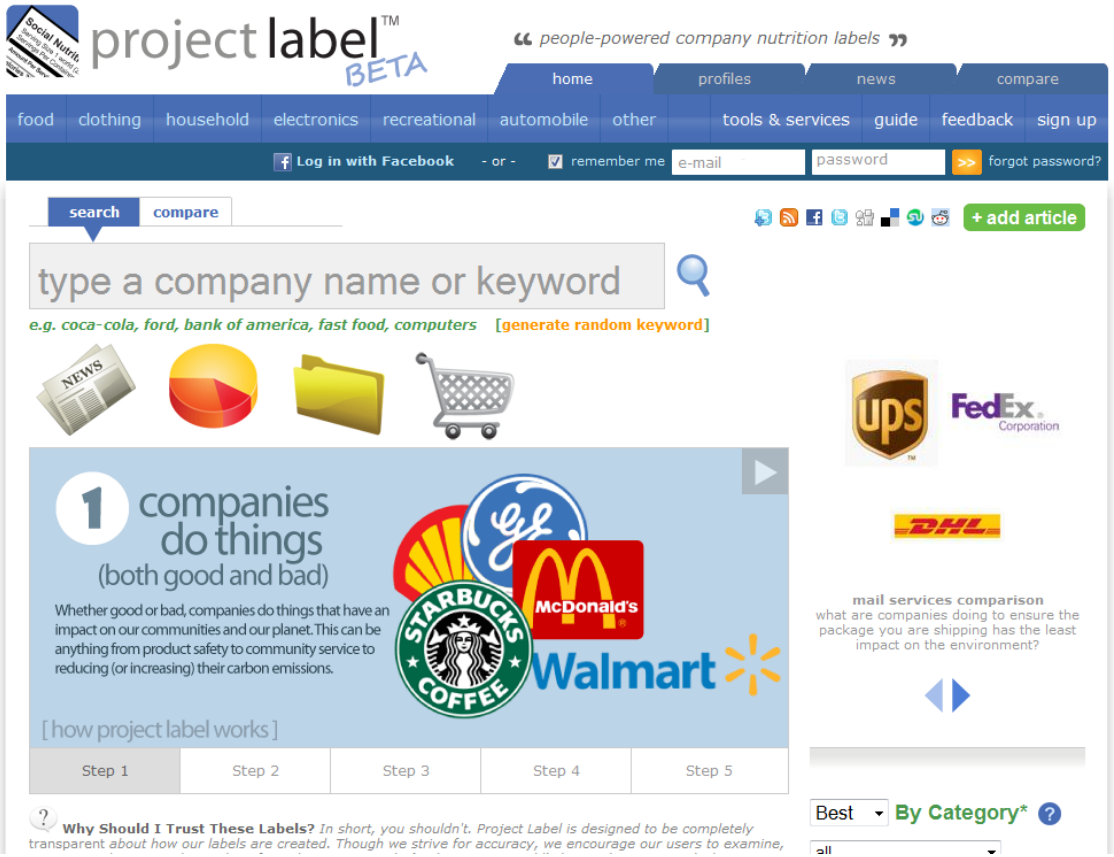
Energy	Global Warming	Water	Land	Air
No Data	No Data	No Data	No Data	No Data

Some Manufacturers of Baby Food Score Poorly On...

- General Water Management Score (10)
- General Energy Management Score (10)
- General Global Warming Score (9)
- General Independence, Transparency and Accountability Score (9)
- General Customer Satisfaction Score (8)
- Family Friendly (5)
- Corporate Governance (5)
- Client Loyalty and Satisfaction (5)
- Biodiversity (5)
- Customer Satisfaction Targets (5)



Responsible Hotels | Tendencias



Social Nutrition Facts

Serving Size 1 world (6.6 billion ppl)

Impact Per Serving	
Person	**25%**
Health & Nutrition	30%
Product Safety	20%
People	**90%**
Community Impact	95%
Worker Treatment	90%
Mission & Values	85%
Planet	**50%**
Waste Management	40%
Resource Management	60%
Animal Treatment	N/a
Articles	**80**
Votes	**160**

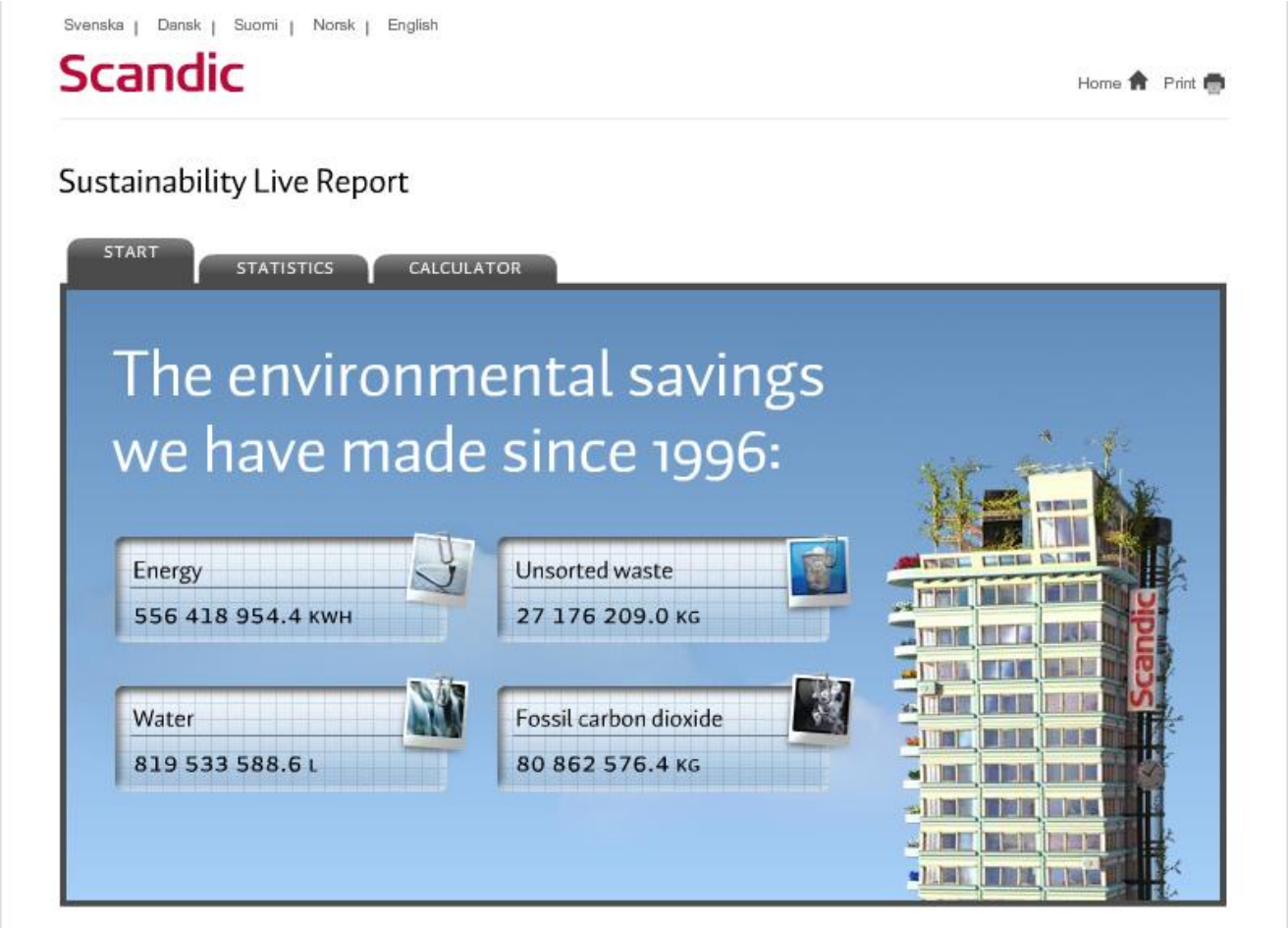
Mouse over each section to see a brief description. Please read our Guide to Reading Labels for more information.

responsible hotels.travel

Hotel Fuerte Conil

Nuestro lema es "Cuidamos de las personas y del medio ambiente". Por eso, entre otras acciones, controlamos periódicamente nuestros indicadores ambientales, entre los cuales destacamos la Huella ecológica y la huella de carbono..

Huella: Ecólogica: 20,23 m^2/cliente **Carbono:** 7,96 Kg CO_2/cliente



http://www.scandic-campaign.com/betterworld/index.asp?languageid=en

Hotel Monte Málaga

Criterios bio-climáticos de soleamiento, aislamiento y ventilación (ahorro energético), junto a técnicas limpias de producción de energía (paneles fotovoltaicos y térmicos), representan una apuesta real por una nueva y más respetuosa relación del edificio hotelero con su medio.

Anónimo
Pareja joven
España
10 de diciembre de 2009

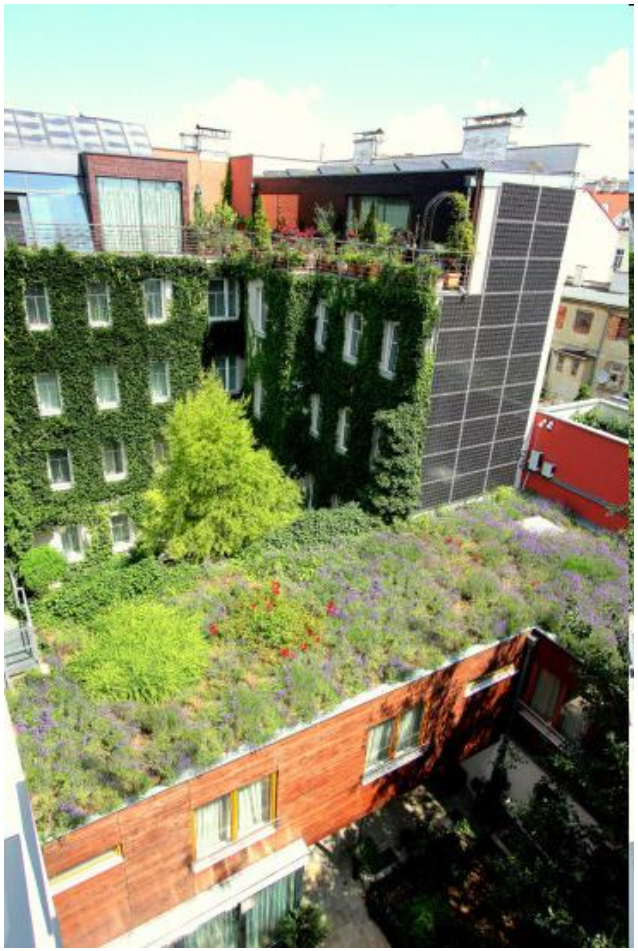
+ Muy buenas instalaciones, habitaciones bonitas y confortables y con muchos detalles.Utiliza energia renovable (solar) para el abastecimiento eléctrico.Personal agradable.
- Mala insonorización de las habitaciones, se escuchan todos los ruidos del pasillo por las mañanas pudiendo interferir en el descanso.

7.5

Angel
Familia con niños mayores
POZUELO DE ALARCON, España
20 de mayo de 2010

+ El Hotel está muy bien. Habitación muy amplia y cómoda. Muy bien el baño. Muy bueno el desayuno aunque algo caro. Estuvimos muy, muy cómodos y el personal del hotel es muy atento y simpático. El hotel cuida mucho los detalles. A destacar el sistema que tiene para autoabastecerse de suminstro eléctrico y otros.
- no encuentro nada negativo.

8.8



BoutiqueHotel Stanthalle en Viena

El primer hotel de ciudad
en el mundo con un consumo
energético cero.

http://www.hotelstadthalle.at/hotel-energia-cero

-

SUSTAINABLE TRAVEL INTERNATIONAL™

*Fundada en 2002, **Sustainable Travel International** es una ONG con sede en Washington y oficinas en más de cinco países, incluido España, que pretende servir de referencia a viajeros, intermediarios y destinos **apoyar y proteger el medioambiente, la cultura y el desarrollo económico local de los destinos**.*

icrt the international centre for responsible tourism

wtm world responsible tourism day
10 Nov 2010
supported by UNWTO

responsibletravel.com
world's leading travel agent for responsible holidays

creating partnerships for change

*La conferencia de **Ciudad del Cabo** la organizó la RTP y Turismo de Western Cape a modo de evento complementario del **Foro Mundial de Desarrollo Sostenible de Johannesburgo** de 2002.*

*A la conferencia asistieron 280 delegados de 20 países y tuvo como objetivo acordar una **declaración de principios básicos sobre turismo responsable**.*

EARTH
European Alliance for
Responsible Tourism and Hospitality

***EARTH** son las siglas en inglés de "**European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality**", la primera red europea de turismo responsable.*

There are no bad travellers only illinformed travellers exist

***EARTH** promueve el turismo responsable en todos los países europeos y coordina las actividades de los asociados a la Red, los cuales han adquirido el compromiso de contribuir a la educación hacia una nueva manera de viajar.*

responsible hotels.travel

Quienes somos | **Sobre ResponsibleHotels.travel**

ResponsibleHotels.travel

- Una Filial de Grupo El Fuerte con orientación emprendedora
- Un canal de selección y reserva de hoteles que responden a las necesidades de un perfil de clientes motivados por los principios del Turismo Responsable.
- Apuesta por un segmento creciente cuyo valor añadido a los hoteles es la apertura a nuevos mercados y un canal de comunicación con este segmento.
- Fomentar la cultura del ahorro entre hoteles participantes y clientes como parte experiencial de la estancia en destino.
- Practica políticas de turismo sostenible.
- Nuestra estrategia de comunicación se apoya primordialmente en los nuevos medios sociales.

responsible hotels.travel

Sobre nosotros | Blog | Contacto | Login | Registrarme | Tweet | Share | Euro | Español

responsible hotels.travel

El punto de encuentro entre viajeros y hoteles responsables

Inicio | Países | Paris | Paradores | Rincones remotos | Eco-Lodge | Andalucía rural | Únete a Responsible Hotels

Hoteles destacados

Resort Fuerte Conil / Fuerte Costaluz SPA **** — 9.3

Conil de la Frontera España

Precios desde **58,65 €**

Eficiencia energética 9.3

Hotel Las Casas de la Judería **** — 8.9

Sevilla España

Precios desde **101,20 €**

Eficiencia energética 8.9

Fuerte Grazalema **** — 9.2

Grazalema España

Precios desde **34,38 €**

Eficiencia energética 9.2

Guada **** — Los Barr

Precios

Eficiencia

Ranking

- España
- Hotel
- Valoración responsable

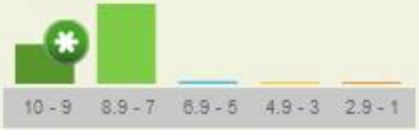
Hotel	Calificación
1 Hacienda el Santiscal	9.4
2 Hotel RH Corona del Mar	9.4
3 Fuerte Rompido Suites Spa	9.2
4 Playa de la Luz	9.2
5 Fuerte Grazalema	9.2
6 Hotel Jerez & Spa	9.1
7 Hotel Las Casas de la Judería	8.9
8 Hotel Duque de Najera	8.9
9 Hotel Sierra de Cazorla & Spa Óleo Salud	8.7
10 Las Casas de la Judería	8.6

responsible hotels.travel

Galería de fotos

Huella ecológica:
5.7 m2/persona

Huella de carbono:
17.7 kg CO2/persona



Valoración responsable 9.2

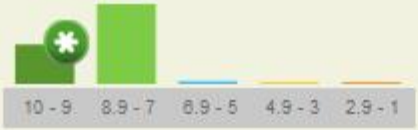
Eficiencia energética	9.2
Autenticidad	8.9
Satisfacción del cliente	8.7
Comportamiento responsable	9.0

responsible hotels.travel

Galería de fotos

Huella ecológica:
5.7 m2/persona

Huella de carbono:
17.7 kg CO2/persona



Valoración responsable 9.2

Eficiencia energética 9.2

Número de habitaciones	77
Proveedor de energía eléctrica de fuentes 100% renovables	Sí
Consumo de energía eléctrica (Kw/h)	18.4051 persona/noche
Consumo de gasóleo (litros)	0.6814 persona/noche
Consumo de propano (Kg)	0.0496 persona/noche
Consumo de agua potable (m3)	0.2209 persona/noche
Gas natural (m3)	--
Fuel oil (litros)	--
Biomasa (toneladas)	--
Biodiésel (litros)	--
Instalación de energías renovables	Sí

responsible hotels.travel

Turismo Responsible es el camino

Medir y comunicar

Se trata de un nuevo modelo de gestión eficiente y no de sofisticadas herramientas tecnológicas

Innovar es arriesgado. No innovar es peligroso

Ya no tenemos todo el control sobre nuestras empresas. Nuestros clientes tienen algo también

responsible hotels.travel

“Es tiempo de poner la innovación al servicio de una sociedad más sostenible”

GRUPO ELFUERTE

responsible hotels.travel