



**INFORME**  
**ANUAL 2022**

MEMORIA DE  
RESPONSABILIDAD  
SOCIAL CORPORATIVA

**FUERTE GRÔUP**  
HOTELS

# ÍNDICE GENERAL

Acerca de este informe

Carta de la presidenta honorífica

## VISIÓN GENERAL

1.
  - 1.1. Nuestro modelo de negocio responsable
  - 1.2. Gobierno corporativo y compromiso ético
  - 1.3. Análisis de materialidad
  - 1.4. Gestión de riesgos
  - 1.5. Grupos de interés

## DESARROLLO SOSTENIBLE

2.
  - 2.1. Alineamiento con la Agenda 2030
  - 2.2. Medioambiente
  - 2.3. Igualdad, ética, derechos humanos y anticorrupción
  - 2.4. Personas
  - 2.5. Economía
  - 2.6. Fundación Fuerte

## AUTOANÁLISIS 2022

3.
  - 3.1. Autoanálisis 2022
  - 3.2. Perspectiva de futuro y nuevos objetivos
  - 3.3. Reconocimientos y certificaciones

Carta del director general

Índice de contenidos GRI

# Acerca de este informe

## Alcance y límites de la información

En este informe de Responsabilidad Social Corporativa, correspondiente al año 2022, Fuerte Group Hotels ofrece una visión detallada de las acciones que se han emprendido para enfrentar los desafíos, así como las iniciativas para fortalecer la resiliencia y sostenibilidad a largo plazo. Este compromiso se aúna con la transparencia de las cuestiones relativas a la gestión del negocio, así como de su contribución a la sociedad en la constante búsqueda de sinergias con el entorno y grupos de interés, en pro de un futuro más responsable y prometedor.

Se destacan, muy en especial, los avances en relación con los **diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas** y cómo se han alineado los objetivos de la empresa con los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**. A través del compromiso con estos principios, es posible contribuir significativamente al bienestar de las comunidades en las que opera la actividad económica de la compañía y el cuidado del medioambiente.

En los siguientes apartados, se muestra una detallada descripción de su distribución y características principales. Asimismo, a lo largo del documento, se expone la estrategia actual y la que se sigue para superar los desafíos que la industria turística, y la sociedad en general, han enfrentado, buscando siempre un futuro sostenible, y los logros alcanzados hasta la fecha.

Cabe destacar que, a diferencia del informe anterior, del año 2021, el turismo en general de esta anualidad presenta unos valores más parecidos a los de pre-pandemia, pudiéndose observar que el sector recupera casi por completo su vigor, aunque la comparativa de evolución no pueda servir como indicativo en todos los parámetros que se evalúan, pues respecto al año anterior no todos los parámetros se han recuperado con homogeneidad.

Para la redacción de este informe se ha establecido un periodo previo de consultoría, basado en recopilación de datos y reuniones con los diferentes departamentos, siendo Recursos Humanos, Comunicación, Calidad, Administración y Dirección General los que han participado y colaborado más activamente en el aporte de contenidos.

## Sostenibles y circulares

La empresa reconoce que todos los actores que contribuyen a la generación de bienes y servicios turísticos tienen una responsabilidad ineludible en esta materia, y que sustituir los modelos lineales de producción y dar paso a la circularidad como sistema económico central supone una pieza clave para diseñar un futuro próspero. La Ellen MacArthur Foundation (EMF), organización de reconocido prestigio internacional en la materia, ha identificado tres principios básicos sobre los que se fundamenta la economía circular. De un modo resumido, estos principios son:

- Preservar y mejorar el capital natural, del que no se tienen stock finitos.
- Optimizar el rendimiento de los recursos a través de la circulación de productos, sus componentes y materiales.
- Incrementar la eficacia del sistema relevando las externalidades negativas y diseñando nuevos procesos sin ellas.



Amàre Beach Hotel Ibiza

En el ámbito de la sostenibilidad, el turismo ha sido ampliamente reconocido como un elemento clave para el desarrollo sostenible, y por eso Forte Group Hotels ha presentado a finales de año, para su hotel **Amàre Beach Hotel Ibiza, un Plan de Circularidad** pionero en el grupo, que servirá de herramienta para las estrategias circulares que se definirán también en el resto de centros hoteleros, y como estructura de seguimiento para el nuevo contexto legal que se presenta en Baleares. Este Plan se definirá de forma más extendida en el apartado de medioambiente de este informe.

Desde hace ya varias décadas, el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado por la OMT en Santiago de

Chile en 1999, establecía la importancia de que todos los actores involucrados en el desarrollo turístico asumieran la responsabilidad de proteger el medioambiente y los recursos naturales. El objetivo era alcanzar un crecimiento económico saludable, constante y sostenible, que pudiera satisfacer de manera equitativa las necesidades y aspiraciones de las generaciones actuales y futuras.

En consonancia con este enfoque, **Forte Group Hotels** ha adoptado un **compromiso firme con la sostenibilidad** y ha decidido focalizar sus esfuerzos, tanto en el presente como en el futuro, en políticas de acción y gestión más respetuosas con el entorno.

### Estándares internacionales

Como guía para la elaboración de este informe se han tenido en cuenta marcos de reporting en sostenibilidad GRI y SASB, este último como novedad respecto al resto de informes publicados por Forte Group Hotels, con intención de emplear en paralelo indicadores de ambos sistemas para presentar datos tanto cualitativos como cuantitativos. De esta forma, se pretende mejorar la comunicación con los stakeholders y la toma de decisiones estratégicas y operativas de la empresa.



“El turismo mundial lleva camino de alcanzar los niveles previos a la pandemia para finales de año. Invirtiendo en las personas y en proyectos que marquen la diferencia, podemos aprovechar el potencial del sector para impulsar el crecimiento y brindar oportunidades a todos”.

**Mr. Zurab Pololikashvili,**  
**Secretario General de la OMT (organización mundial del turismo)**



El Forte Marbella



# Carta de la presidenta honorífica

Hoy me dispongo a escribir esta carta como presidenta honorífica de Fuerte Group Hotels, pero también como mujer, madre y abuela orgullosa. Y es que el 2022 ha sido un año lleno de emociones para mi familia y, sobre todo, para mí.

En primer lugar, porque hemos podido culminar un proyecto que quedó incompleto cuando mi marido, José Luque Manzano, falleció en 1984. Él siempre quiso que Fuerte Marbella, nuestro primer hotel, fuese el mejor establecimiento del centro de Marbella Pueblo.

Cierto es que durante años mis hijos y yo fuimos realizando ampliaciones y mejoras, pero sólo ahora hemos podido renovarlo completamente y convertirlo en un 5 estrellas espectacular. Respetando su esencia, aprovechando su privilegiada ubicación, y dotándolo de todo el confort y el glamur propio de la mejor hotelería de lujo del momento.

Aunque su apertura ha tenido lugar en 2023, muchos de los trabajos, y los diseños realizados por el afamado interiorista chileno Jaime Beriestain, se llevaron a cabo en 2022.

El otro gran acontecimiento vivido en 2022 fue la incorporación de mi nieta mayor, Marta Álvarez Luque, a la empresa familiar, siendo incluso invitada a asistir al Consejo de Administración de Fuerte Group Hotels. Su participación, aunque todavía sea en calidad de oyente, acredita la voluntad de las nuevas generaciones de nuestra familia de querer proseguir un legado empresarial que vio la luz hace 66 años. Algo que me enorgullece e ilusiona por igual.

Porque creo que el éxito de una empresa familiar como Fuerte Group Hotels, y de la Fundación Fuerte, que vela por el cuidado de las personas más vulnerables, radica en esta sabia e inteligente fusión entre la experiencia del pasado y la innovación del presente y el futuro.

Muchas gracias.

**Doña Isabel García Bardón**  
Presidenta honorífica de Fuerte Group Hotels



**01.**

VISIÓN  
GENERAL

**8** TRABAJO DECENTE  
Y CRECIMIENTO  
ECONÓMICO



**9** INDUSTRIA,  
INNOVACIÓN E  
INFRAESTRUCTURA



**11** CIUDADES Y  
COMUNIDADES  
SOSTENIBLES



**12** PRODUCCIÓN  
Y CONSUMO  
RESPONSABLES



**16** PAZ, JUSTICIA  
E INSTITUCIONES  
SÓLIDAS



**17** ALIANZAS PARA  
LOGRAR  
LOS OBJETIVOS



# 1.1.

## Nuestro modelo de negocio responsable

**Fuerte Group Hotels** es la división hotelera del Grupo El Fuerte, una empresa familiar andaluza fundada en 1957 por Don José Luque Manzano. En la actualidad, cuenta con 5 hoteles vacacionales de 4 estrellas y un hotel de 5 estrellas (durante 2022 permaneció cerrado por reformas) en propiedad, y 2 complejos de apartamentos en alquiler, ubicados todos ellos en las provincias de Málaga, Huelva y Cádiz; y en la isla balear de Ibiza, dónde se encuentra ubicado Amàre Beach Hotel Ibiza.

La cadena comercializa sus establecimientos bajo 5 marcas:

**El Fuerte Marbella:** hotel de lujo 5 estrellas.

**Daia Slow Beach Hotels\*:** hoteles upper upscale (categoría superior a 4 estrellas) recomendados para adultos.

**Fuerte Hoteles:** hoteles familiares vacacionales de 4 estrellas.

**Amàre Hotels:** hoteles de diseño upper upscale (categoría superior a 4 estrellas) recomendados para adultos.

**Olée Holiday Rentals:** apartamentos de alquiler vacacional de categoría 4 llaves.

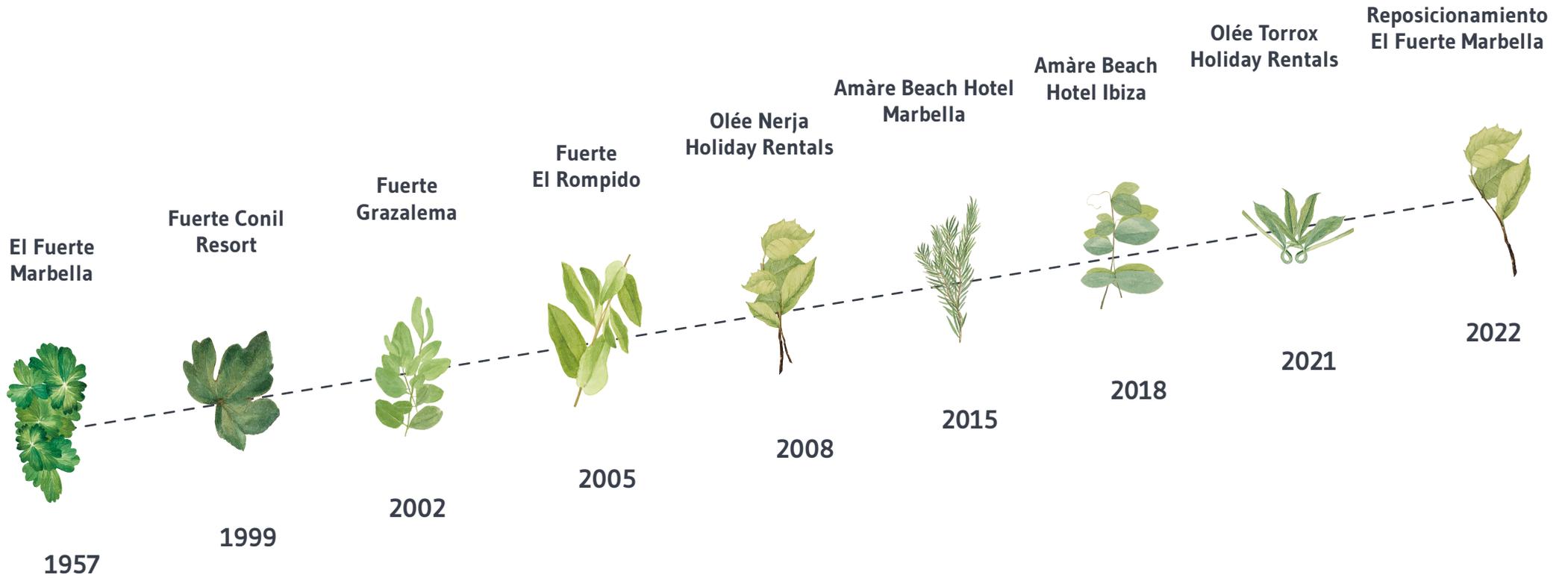
\*Todavía no hay ningún proyecto ejecutado bajo esta marca.



El Fuerte Marbella  
Fuerte Hoteles  
Amàre Hotels  
Olée Holiday Rentals



# Expansión de Fuerte Group Hotels:



# 1.2.

## Gobierno corporativo y compromiso ético

El **Consejo de Administración** es el máximo órgano de gobierno del Grupo El Fuerte, del que depende la división hotelera Forte Group Hotels. Está formado por Doña Isabel García Bardón, que ocupa el cargo de presidenta honorífica, por sus 5 hijos y por su nieta mayor, Marta Álvarez Luque.

Dependiendo directamente del consejo se encuentra la Comisión Delegada, presidida por Francisco Javier Luque García, e integrada por él y sus hermanos José y Salvador.

A nivel operativo, el Comité de Dirección Hotelero constituye el órgano responsable de ejecutar el plan estratégico de Forte Group Hotels en todas sus áreas. En él participan la dirección general y la dirección de las siguientes áreas:



José Luque García, Isabel, Carmen, D. Isabel M<sup>a</sup> García, Marta, Javier, Victoria y Salvador.

### Dirección General

D. José Luque García

### Dir. de Tecnología de la Información

D. José Luis Bachiller Moreno

### Director de Finanzas, Servicios Jurídico y Fiscal

D. Antonio Fernández Henares

### Directora de Recursos Humanos

D<sup>a</sup> María Ceballos Domínguez

### Director Comercial

D. Martín Alexandre Contelles

### Director de Operaciones Corporativo Multimarca

D. Héctor Abuín Bermúdez

# 1.3.

## Análisis de Materialidad

Fuerte Group Hotels ha implementado una sólida **Política de Responsabilidad Social** que guía todas sus acciones y relaciones con empleados, clientes, proveedores y otros grupos de interés. Gracias a este marco, la compañía ha logrado establecer una **ética empresarial responsable**, alineando sus objetivos comerciales con un enfoque sostenible que considera las expectativas de todos los involucrados en temas como el medioambiente, buen gobierno, transparencia, condiciones laborales y líneas de negocio de alojamiento y restauración.

En aras de garantizar la inclusión de todos los grupos relevantes, Forte Group Hotels realiza periódicas revisiones, identificaciones y priorizaciones de sus grupos de interés. En su última revisión, sobre el ejercicio de 2022, la empresa estableció una clasificación y catalogación exhaustiva, y trazó un plan para realizar el estudio de materialidad para la anualidad, como cada año.

### Doble materialidad

Aunque la obligatoriedad de aplicar la doble materialidad no se hará efectiva hasta 2025 sobre el ejercicio de 2024, Forte Group Hotels se ha adelantado a los acontecimientos definiendo este informe de materialidad tomando en consideración ciertos puntos de la nueva normativa de doble materialidad.

Durante el año 2022, se ha desarrollado una metodología que integra el concepto de doble materialidad, en línea con los nuevos requisitos de los estándares internacionales. Este enfoque considera dos elementos igualmente importantes:



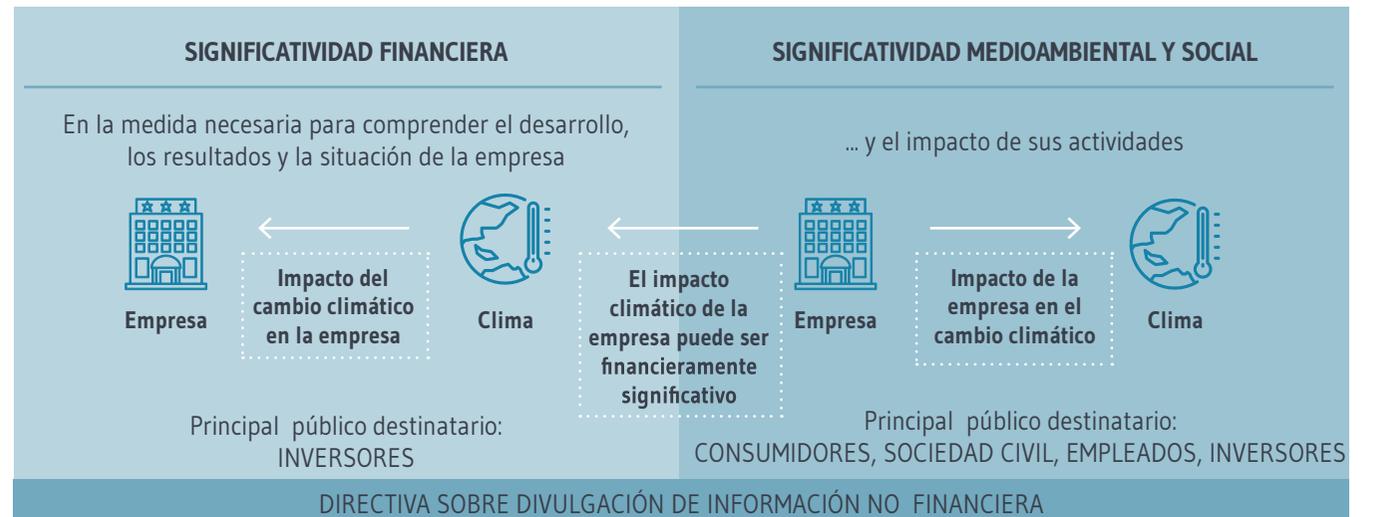
#### Materialidad financiera

Consideramos el impacto actual o potencial de los asuntos relacionados con la sostenibilidad en el valor de nuestra compañía. Esto implica comprender cómo los aspectos ESG pueden afectar nuestros resultados financieros y cómo gestionarlos adecuadamente.



#### Materialidad medioambiental y social (o materialidad de impacto)

Se refiere al efecto actual o potencial de nuestras actividades en el entorno, la sociedad y las personas. Analizamos detenidamente cómo nuestras acciones pueden influir en estos ámbitos y evaluamos su relevancia para tomar decisiones estratégicas.



Este enfoque se ha establecido como una herramienta importante recomendada por la metodología **Global Reporting Initiative (GRI)** para elaborar informes sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de una empresa.

Se ha empleado un sistema de clasificación de key points, siguiendo los cambios que se prevén (sujetos aún a modificaciones) para la directiva 2014/95/EU o Non-Financial Reporting Directive (NFRD), por parte de la Comisión Europea, directiva transpuesta en España mediante la Ley 11/2018 de Información No Financiera y Diversidad. Por tanto, los temas materiales se han clasificado en:

<p>2 NORMAS TRANSVERSALES (EN BORRADOR)</p>	<p>ESRS 1: Principios generales</p> <p>ESRS 2: Requisitos generales, de estrategia, de gobierno corporativo y de evaluación de la materialidad</p>
<p>5 NORMAS MEDIOAMBIENTALES (EN PROYECTO)</p>	<p>ESRS E1: Cambio climático (mitigación y adaptación)</p> <p>ESRS E2: Contaminación</p> <p>ESRS E3: Agua y recursos marinos</p> <p>ESRS E4: Biodiversidad y ecosistemas</p> <p>ESRS E5: Uso de recursos y economía circular</p>
<p>4 NORMAS SOCIALES (EN BORRADOR)</p>	<p>ESRS S1: Personal propio</p> <p>ESRS S2: Trabajadores en la cadena de valor</p> <p>ESRS S3: Comunidades afectadas</p> <p>ESRS S4: Consumidores y usuarios finales</p>
<p>2 NORMAS DE GOBERNANZA (EN BORRADOR)</p>	<p>ESRS G1: Gobierno, gestión de riesgos y control interno</p> <p>ESRS G2: Conducta empresarial</p>

### Metodología

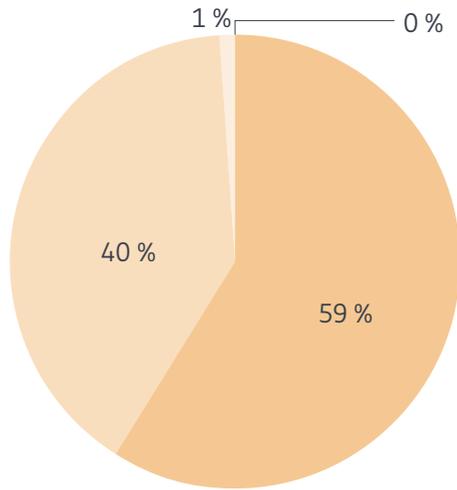
Producto de las consultas realizadas mediante cuestionario, en español, inglés y alemán, se han obtenido las directrices y líneas de acción sobre las que dirigir las estrategias de sostenibilidad y, a su vez, se genera con los grupos de interés una escucha activa sobre los temas materiales relevantes.

En el siguiente diagrama se presentan las 5 pautas para enfocar este estudio, que se pueden sintetizar en:



Sobre las respuestas totales, la participación ha sido la siguiente:

**% Participación por grupo de interés**



- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Admin. Pública

- **Total encuestas:** 443.
- **Envío** a más de 18.000 direcciones de correo aleatorias.
- **Idiomas:** Español, Inglés y Alemán.
- **Stakeholders:** Clientes, Empleados, Accionistas, Proveedores y Administración Pública.

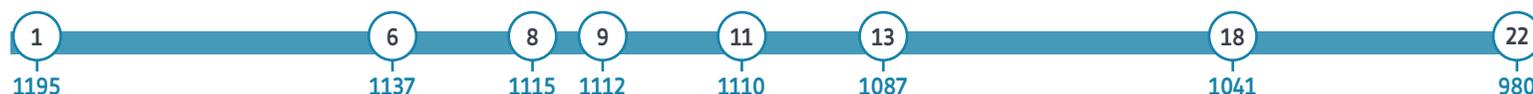


El Fuerte Marbella

## Temas materiales ordenados por prioridad

Finalmente, se ha determinado el orden según puntuaciones obtenidas de cada uno de los temas materiales expuestos, dividido en tres sectores, se ordenan de mayor a menor y en la parte inferior se muestran los puntos recibidos:

### Temas materiales de temática ambiental (indicadores ESRS E1,E2,E3,E4,E5)



### Temas sociales (indicadores ESRS S1,S2,S3,S4)



### Temas transversales y de gobernanza (indicadores ESRS 1Y2 + ESRS G1YG2)



1. Gestión sostenible de los residuos, reciclaje y guerra al plástico.
2. Respeto a los derechos humanos.
3. Igualdad de oportunidades para el personal. No discriminación por género, raza, etc.
4. Buen clima laboral. Existencia de políticas de empleo y prácticas laborales.
5. Excelencia en los niveles de calidad de servicio.
6. Uso de materiales sostenibles (maderas ecológicas, champú biodegradable, etc).
7. Crecimiento empresarial e identidad de marca con marcas diferenciadas.
8. Disponer de certificaciones o sellos ambientales que certifiquen un desempeño sostenible de la empre-

sa a todos los niveles (eficiencia, ahorro energético, energías renovables, reciclaje...).

9. Eficiencia energética y reducción de la huella de carbono.
10. Buen gobierno y transparencia en los resultados y procesos.
11. Gestión del agua (por episodios de sequías o de disminución del recurso).
12. Inversión en formación y educación del personal.
13. Lucha contra el desperdicio alimentario.
14. Impacto positivo en la comunidad local. Proyectos sociales, selección de proveedores locales y de km 0, etc.
15. Impacto positivo en la comunidad local donde se

emplazan los hoteles. Compras a proveedores locales, contratación local, etc.

16. Buenos resultados financieros.
17. Innovación, renovación y vanguardia hotelera.
18. Mitigación del impacto ambiental a través de una política basada en economía circular.
19. Disponer de una estrategia de sostenibilidad transversal que implique a todos los departamentos y niveles de la empresa.
20. Búsqueda de experiencias auténticas y representativas de la cultura local.
21. Programas de retención de talento profesional.
22. Desarrollo de campañas de protección ambiental (biodiversidad, espacios naturales protegidos, etc).

Mediante el análisis de materialidad basado en la doble materialidad, el grupo se compromete a comprender, evaluar y gestionar los impactos ESG relevantes tanto para la organización como para sus grupos de interés. Esto permite tomar decisiones estratégicas informadas, desarrollar acciones concretas y comunicar de manera transparente y efectiva nuestro desempeño en responsabilidad corporativa y sostenibilidad.



Amàre Beach Hotel Marbella

# 1.4.

## Gestión de riesgos

Para gestionar y mitigar los riesgos en el contexto donde se enmarca la empresa, Fuerte Group Hotels define los procesos de identificación y evaluación de los riesgos en su procedimiento "POG 64: **Definición del contexto de la organización y planificación de riesgos y oportunidades**" los procesos de identificación y evaluación de los riesgos. El año pasado éste fue actualizado para adaptarlo a las contingencias surgidas a raíz de la Covid, lo que ha llevado este producto a un plano superior, un claro signo de la capacidad que tiene el sector turístico de adaptarse a las posibles adversidades.



Julia Ramírez Morato - Recepcionista en Fuerte Grazelema



Naiara Cuesta - Camarera Barman en Amàre Beach Hotel Marbella



Fuerte Conil Resort

# 1.5.

## Grupos de interés

A lo largo de 2022 Fuerte Group Hotels mantuvo relación con distintas entidades del **ámbito social, económico y ambiental**, con las que les unen diferentes intereses. En muchos casos son colaboraciones consolidadas, que se establecieron hace años y se siguen manteniendo.

### En el ámbito social

Las colaboraciones más destacadas a nivel del sector turístico son:



ASOCIACIÓN  
ANDALUZA  
DE LA EMPRESA  
FAMILIAR

INICIO DE LA RELACIÓN	ENTIDAD
1977	Miembro de HORECA, patronal del sector de hostelería Cádiz
1977	Miembro de AEHCOS, Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol En 2021 José Luque García asumió la presidencia de la entidad
1989	Miembro de CIT Marbella, Centro de Iniciativas Turísticas de Marbella
2000	Miembro de la Cátedra Empresa Familiar (San Telmo)
2005	Miembro de la Asociación Provincial de Hostelería de Huelva
2018	Miembro de ADEFAM, Asociación de Empresas Familiares de Madrid
2020	Miembro de EXCELTUR, Alianza para la Excelencia Turística
2021	Miembro de CEM, Confederación de Empresarios de Málaga José Luque García forma parte del Comité Ejecutivo, y actúa como representante de la CEM en la Asamblea de la CEA, Confederación de Empresarios de Andalucía
2022	Miembro de AAEF, Asociación Andaluza de la Empresa Familiar

### En el ámbito social

Además, cabe destacar que en 2022 José Luque García presidió el órgano de cogobernanza denominado Comisión Permanente del Foro del Turismo Costa del Sol, bajo el auspicio de Turismo y planificación Costa del Sol S.L.U.

En lo que respecta al desarrollo de acciones con la comunidad universitaria, representantes de Forte Group Hotels suelen participar en **conferencias organizadas por la Universidad de Málaga** y, especialmente, por la Cátedra de Peñarroya de Turismo Costa del Sol de San Telmo, y por la Cátedra de la Mujer de San Telmo.

Por otra parte, en cuanto a la sociedad en general, para Forte Group Hotels es prioritaria la repercusión que sus hoteles tienen en el desarrollo económico y social de los destinos en los que están ubicados y, sobre todo, en la creación de empleo local.

A este respecto, en 2022 el 49 % de los trabajadores de la cadena fueron personas originarias de la zona dónde se encontraba situado su lugar de trabajo.

Un apoyo a lo local que también se deja notar en la promoción de la cultura autóctona, con proyectos como el que Amàre Hotels llevó a cabo en 2022 al colaborar con la **Escola D'Art d'Eivissa** y el **Museo del Grabado Español Contemporáneo**.

En ella artistas de la isla se forman en disciplinas como el diseño de artes impresas, forja, ebanistería, audiovisuales, moda o diseño de muebles, entre otras.



Museo del grabado español contemporáneo - Escola D'Art d'Eivissa

### En el ámbito económico

Los grupos de interés con los que Forte Group Hotels suele interactuar dentro del ámbito económico son los propios accionistas de la cadena; las administraciones públicas locales, regionales y nacionales; las empresas con las que mantiene relaciones comerciales en materia de turismo como touroperadores y agencias de viajes; y todo tipo de proveedores de servicios y productos que son necesarios para el ejercicio de su actividad.

### En el ámbito ambiental

Forte Group Hotels mantiene acuerdos con distintas organizaciones sin ánimo de lucro, que tienen en común el respeto de los entornos naturales y la protección del medioambiente. En 2022 realizó diferentes actividades de sensibilización a empleados, clientes y ciudadanos con las siguientes asociaciones y entidades:

#### **WWF España: 'La Hora del Planeta'.**

#### **Equilibrio Marino.**

#### **Pacto Mundial de la ONU.**

Paralelamente, Forte Group Hotels promueve las buenas prácticas ambientales entre los proveedores con los que trabaja, instándolos a firmar una declaración de respeto al entorno natural y de sostenibilidad.



Jefes de departamento y la dirección de Forte El Rompido en la limpieza de la zona del río Piedras.



**02.**

DESARROLLO  
SOSTENIBLE

**1** FIN DE LA POBREZA



**2** HAMBRE CERO



**3** SALUD Y BIENESTAR



**4** EDUCACIÓN DE CALIDAD



**5** IGUALDAD DE GÉNERO



**6** AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



**7** ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



**8** TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



**9** INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



**10** REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



**11** CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



**12** PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



**13** ACCIÓN POR EL CLIMA



**14** VIDA SUBMARINA



**15** VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



**16** PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



# 2.1.

## Alineamiento con la Agenda 2030

Ya es tradición para el grupo la colaboración activa con espacios culturales y artísticos, organizaciones locales con proyectos activos de restauración y conservación de los entornos naturales, así como la valiosa labor social canalizada a través de la Fundación Fuerte, y es que desde 2016 la flota hotelera mantiene su compromiso con la **Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas** y con los **ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) de las Naciones Unidas**.

Las iniciativas concretas junto con los ODS correspondientes se desglosan en los apartados de medioambiente y de la Fundación.



**Pacto Mundial**  
Red Española



## 2.2. Medioambiente

### El Primer Plan de Circularidad

Sin duda Forte Group Hotels se sitúa a la vanguardia de la sostenibilidad gracias a sus esfuerzos ininterrumpidos, y coincide plenamente en que la circularidad representa un modelo económico a abrazar y aplicar. En consonancia con el marco legal actual se ha formulado el primer **Plan de Circularidad**, un documento orientativo que será progresivamente implementado en los demás hoteles. Este plan se convierte en una hoja de ruta tanto para la sostenibilidad como para el modelo resiliente que la empresa busca seguir.

Este Plan ha comenzado implantándose en **Amàre Beach Hotel Ibiza**, el exitoso centro hotelero enclavado en uno de los entornos más singulares de nuestro país, y es que los sistemas insulares, por definición, suponen una alta riqueza biológica y mayor fragilidad de los continentales. En respuesta, se ha definido para el turismo el Decreto-ley 3/2022, de 11 de febrero, de medidas urgentes para la sostenibilidad y la circularidad del turismo de las Illes Balears, sobre el que se han determinado los parámetros a medir para la instauración de un modelo circular en Amàre Ibiza. Este decreto viene de la mano de un largo recorrido por parte de la Unión Europea de medidas y planes (como el primer Plan de acción de la UE de 2015) que, a nivel nacional, se han traspuesto en parte a las leyes estatales a través de la ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular.

Partiendo del diagnóstico anual sobre la gestión de cada uno de los establecimientos que componen Forte Group Hotels y su relación en torno a los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, el Plan de circularidad específico del Amàre Beach Hotel Ibiza se relaciona especialmente con los siguientes ODS:



**ODS 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.**

Vinculado a la labor social y local de la Fundación Forte, y a iniciativas como la donación de alimentos no consumidos en el establecimiento.

**ODS 7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.**

**ODS 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.**

En este caso asociados con la disminución de la huella de carbono corporativa, algo a conseguir mediante herramientas derivadas de la eficiencia energética y la disminución de las emisiones de gases de efecto invernadero en el establecimiento.

**ODS 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.**

**ODS 9. Industria, innovación e infraestructuras.**

En tanto que todas las acciones del Plan de circularidad se aplican manteniendo los más exigentes protocolos de seguridad e higiene con objeto de ofrecer las mayores garantías a clientes y empleados.

**ODS 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.**

**ODS 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.**

Vinculados ambos a la incorporación y puesta en valor en el establecimiento de los productos locales y de temporada.

**ODS 14 . Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos.**

Fundamental en un entorno como Ibiza, y que trasciende a todas las actividades del Plan de circularidad.

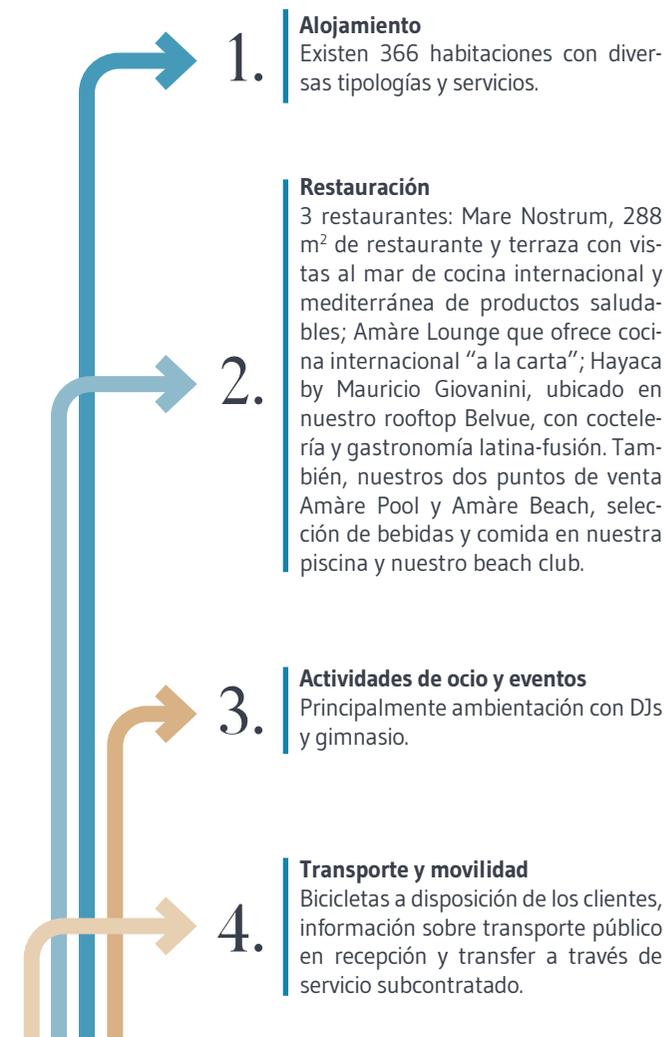
Las bases del progreso de la compañía se asientan sobre la convicción de que “LO QUE SE PUEDE MEDIR, SE PUEDE GESTIONAR”, de modo que la implantación de este sistema tiene una revisión anual, con un reporte mediante la herramienta oficial del Govern de les Illes Balears conocida por **CIRCHOT**, con la que se informa del progreso y se definen las vías de crecimiento del plan dentro del hotel y puntos de mejora.

La estrategia de circularidad se ha definido en base a las siguientes áreas prioritarias: **agua, energía, alimentos, materiales y residuos**, y ha fijado propósitos de reducción en los consumos para los **próximos 5 años**, periodo de vigencia de este Plan de Circularidad.

¿Qué tiene en cuenta cada área prioritaria?

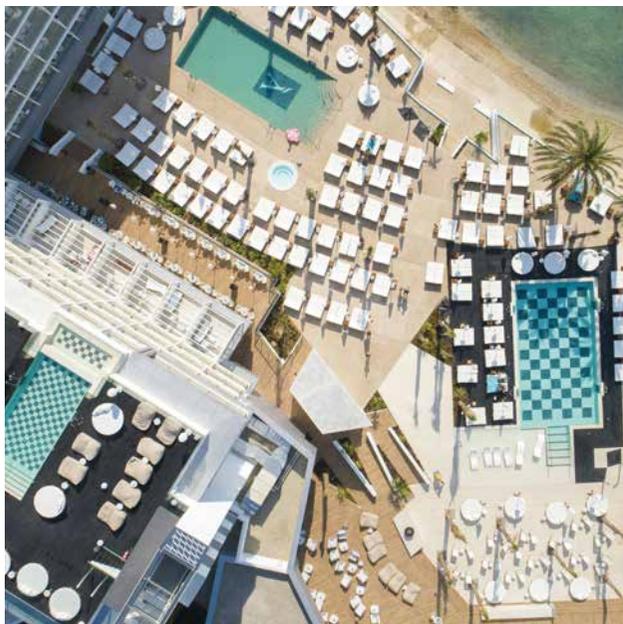
 <b>AGUA</b>	Consumo de agua vinculado a la producción de energía y alimentos.
	Consumo de agua en la actividad propia del hotel (donde tiene lugar gran parte del consumo de los turistas).
 <b>ENERGÍA</b>	Emisiones de CO2 asociadas a la generación de la energía consumida en la actividad propia del alojamiento.
	Emisiones de CO2 asociadas a los medios de transporte que hayan elegido los turistas para desplazarse desde su punto de origen hasta la isla de Ibiza, así como durante sus desplazamientos en la propia isla (no aplica actualmente al ser empresas externas).
 <b>ALIMENTOS</b>	Generación de residuo alimentario en la actividad propia del hotel.
 <b>MATERIALES Y RESIDUOS</b>	Consumo de recursos (materiales de construcción, mobiliario, equipamientos, sábanas...).
	Generación de residuos de construcción y demolición, tanto en la fase de construcción como en las posibles rehabilitaciones que se ejecuten.
	Generación de residuos (detergentes, mobiliario, sábanas, toallas, plásticos, envases, vidrio...).

Así mismo, las medidas del Plan de Circularidad de Ibiza se ejecutarán en **cuatro líneas de acción principales**: alojamiento, restauración, ocio y movilidad y transporte, de modo que serán los principales centros de desempeño de estas medidas.



Asimismo, junto a los objetivos específicos establecidos para cada línea de acción, desde la dirección del Amàre Beach Hotel Ibiza se adquiere el compromiso global de:

- Hacer partícipe del Plan a la totalidad de la plantilla, para lo cual se detallarán actividades y acciones específicas dirigidas a los trabajadores en cada línea de acción.
- Informar públicamente todos los años sobre los progresos realizados para alcanzar los objetivos propuestos en cada línea de acción.



Amàre Beach Hotel Ibiza

Los compromisos y objetivos globales para todas las líneas de acción son:

 <b>ÁREA PRIORITARIA DE AGUA</b>	Reducir el volumen de agua utilizada en el centro hotelero.
	En caso de realizarse obras de rehabilitación, implementar acciones que reduzcan el consumo de agua.
 <b>ÁREA PRIORITARIA DE ENERGÍA</b>	Disminuir el consumo de energía global, considerando la electricidad, el gas natural y cualesquiera otros recursos energéticos consumidos en el ámbito del alojamiento.
	En caso de realizarse obras de rehabilitación, implementar acciones que supongan una mejora de la eficiencia.
	Recomendar transporte público para contribuir a la reducción de las emisiones de GEI asociadas al servicio de traslado de viajeros en los trayectos realizados entre el hotel y el aeropuerto/puerto de Ibiza.
 <b>ÁREA PRIORITARIA DE ALIMENTOS</b>	Reducir un 5 % la emisión de gases de efecto invernadero (1 % anual).
	Realizar una oferta de alimentación en la que los productos de temporada y/o de origen local, promocionando el producto local.
 <b>ÁREA PRIORITARIA DE MATERIALES Y RESIDUOS</b>	Desarrollar una oferta de alimentación con productos de origen ecológico.
	Bajar el volumen de generación de residuos de envases ligeros, vidrio, papel, orgánico, cartón y aceite, y mejorar el sistema de monitorización de los mismos.
	En caso de realizarse obras de rehabilitación, realizar una adecuada gestión de los residuos generados, entregando los mismos a un gestor autorizado para su tratamiento.
	Artículos de cortesía a granel.

Entre las acciones que ya se llevaban a cabo en Amàre Ibiza, compartidas la mayoría con el resto de hoteles de la flota, se encuentran:



**Cartel informativo sobre cambio de toallas y sábanas a elección del cliente.**



**Champú y gel en habitaciones a granel para evitar envases individuales.**

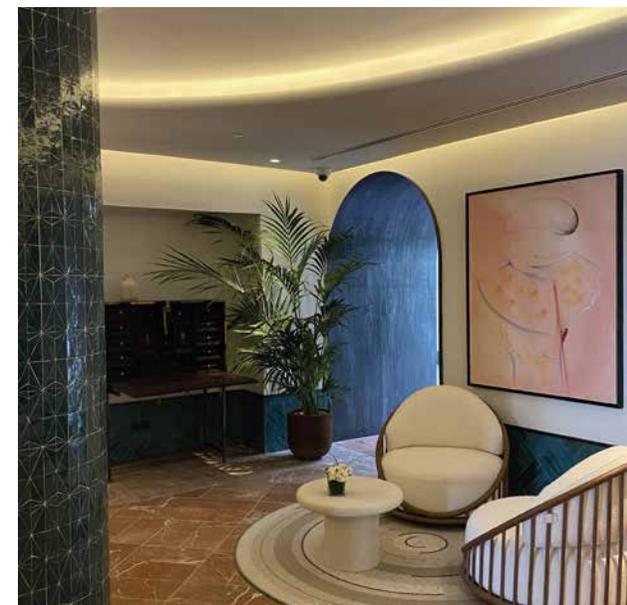


**Bicicletas a disposición de los clientes.**

#### Otras acciones son:

- Existencia de cloradores salinos en las piscinas, evitándose así gran cantidad de residuos peligrosos tales como envases de ácido, etc.
- Dosificadores de productos de limpieza a granel.
- Separación de residuos.
- Cambio de agua mineral por agua osmotizada en todos los puntos de venta de los hoteles, haciendo a los clientes partícipes de una forma consciente y visible, de la reducción de botellas de plástico de un solo uso, reduciendo GEI en transporte de este producto y residuos plásticos.
- Luminarias tipo LED en aproximadamente el 70 % de la instalación. La intención es continuar aumentando este porcentaje para cumplir los objetivos de mayor eficiencia energética en el edificio.
- Separación de residuos realizada por las camareras de piso en el momento de la limpieza de la habitación, lo que facilita una efectiva separación desde el origen.
- Las bolsas de basura en las habitaciones que anteriormente eran de plástico se han sustituido por bolsas elaboradas con material compostable de maíz.
- Aumento de los productos a granel en el restaurante buffet.

- Se dispone de aireadores en 100 % de las habitaciones (en los grifos de los lavabos) y en las zonas comunes.
- Descarga de cisternas con doble pulsador en todas las habitaciones de clientes y baños del personal.
- Ya se cumple la exigencia del Govern de realizar un mínimo de compras de un 4 % de producto local (frescos agrarios, ganaderos y pesqueros) en carta a partir del 1 de julio de 2023.
- “POG 47 Gestión del riego”, procedimiento para las buenas prácticas en el riego.
- No disponer en carta de restaurante especies con categoría de amenaza.



Hall El Fuerte Marbella

**Para el futuro se prevé:**

- Estudiar la posible implantación de energías renovables.
- Establecer un protocolo concreto para la medición de los residuos generados, proyecto aprobado para 2023.
- Comunicar a los proveedores las acciones circulares que se han diseñado y aumentar el número de proveedores locales y con compromisos con la economía circular.

De cara a al año que viene, Amàre Beach Hotel Ibiza realizará su primera verificación de huella de carbono en el Registro Balear mediante la norma **UNE-EN-ISO 14064:2018 “Especificación con orientación a nivel de las organizaciones para la cuantificación y el informe de emisiones y remociones de gases de efecto invernadero”**.

Esta verificación, a su vez, tiene como propósito satisfacer los requisitos establecidos en el **Decreto 48/2021 del 13 de diciembre, Regulador del registro balear de huella de carbono**. Esta acción está en consonancia con las iniciativas implementadas por Fuerte Group Hotels para fortalecer las vías de mejora y mitigación del impacto de su actividad en el contexto del cambio climático.

**Marcando la sostenibilidad**

Sin duda, el Plan de Circularidad es el principio de una serie de estrategias integradas para toda la compañía que aunarán y harán crecer la marca **Fuerte Group Sustainability**, marca presentada en 2022 bajo una web expresamente dedicada a la comunicación de las acciones sostenibles que envuelven a la compañía hotelera, para favorecer la comunicación, la transparencia y la identidad del grupo con su atención por las buenas prácticas medioambientales.

De hecho, durante 2022, se ha implementado una iniciativa de gran alcance en la compañía: la creación de dos comités a nivel integral. Estos son el **Comité de Sostenibilidad** y el **Comité de Eficiencia Energética**. Esta visión innovadora tiene como objetivo reunir a miembros de diversos departamentos y especialidades para unificar conocimientos en la afronta de retos y metas presentes y futuras. A través de la colaboración de este equipo multidisciplinario, se busca mejorar tanto la comunicación de las diversas estrategias de la empresa como la manera de abordar soluciones.

Adicionalmente, la información no financiera de Fuerte Group Hotels y sus filiales es presentada en un informe independiente que se somete a rigurosas auditorías para cumplir con las normativas actuales. Estas auditorías, llevadas a cabo anualmente por la prestigiosa consultora **UHY Fay & Co**, aseguran una evaluación exhaustiva, detallada y transparente.



## Proyecto Mares limpios

Desde el año 2020, se mantiene el firme compromiso con el proyecto "Mares Limpios", orientado a la reducción de plásticos y a la colaboración con asociaciones especializadas en la conservación de mares y océanos, y con gran satisfacción esta iniciativa fue galardonada con el Premio **"Re Think al Mejor Proyecto de Sostenibilidad de España en el año 2021"**.

Los objetivos del grupo persiguen definir anualmente una serie de acciones para fomentar el **"ODS 14, Vida Submarina"**, en el que Naciones Unidas identifica como necesarias las actuaciones que la empresa privada dirige para la mejora de hábitats marinos, y el **"ODS 15 Vida y ecosistemas Terrestres"**, ambos ligados al entorno de los hoteles, con los que se busca realizar una tarea anual de responsabilidad ambiental, intrínseco del Proyecto Mares Limpios.

Esta campaña realiza actuaciones a favor de la conservación de la vida marina, pues un número significativo de los centros se encuentran ligados a ecosistemas costeros, y el grupo sostiene firmemente la necesidad de incidir positivamente en su recuperación. Para divulgar las acciones realizadas, contamos con una sección en nuestro apartado RSC, donde acceder a una infografía explicativa de los objetivos de este Proyecto de Fuerte Group Hotels.

<https://view.genial.ly/5e57f6365962270f8c0e77fc/interactive-content-mares-limpios>

Para la consecución de los objetivos del proyecto, se cuenta con la colaboración de **Equilibrio Marino**, ONG especializada en conservación y divulgación de los fon-

dos marinos, con quienes se ha colaborado en la consecución del **Proyecto Marbella Recuperación Marina**. El valor del espacio marino de Marbella es incalculable y Fuerte Group Hotels está decidido a defenderlo.

Dentro de Mares Limpios, Fuerte El Rompido realizó una actividad de limpieza de residuos del entorno del río Piedras, uno de los aportes hídricos fundamentales del Paraje Natural de La Flecha, muy próximo a las instalaciones hoteleras. Además, también en Fuerte El Rompido, se llevó a cabo la venta de botellas reutilizables para los clientes, con el fin de concienciar de la necesidad de

reducir el plástico de un solo uso.

Dentro de las actividades que se ofrecen a los huéspedes, no solo en Fuerte El Rompido, también en Fuerte Grazalema, situado en el corazón del Parque Natural Sierra de Grazalema, se busca poner en valor estos enclaves naturales de alto valor ecológico y el respeto por los mismos, siendo estos dos últimos mencionados (El Rompido y Grazalema) los que se encuentran en mayor proximidad a espacios protegidos.



### Buenas prácticas certificadas

El Grupo El Fuerte continúa certificado bajo la Norma Internacional **ISO 14001**, que acredita el Sistema de Gestión Ambiental de los hoteles Fuerte Conil- Resort, Fuerte El Rompido y Fuerte Grazalema. A su vez, ha seguido cumpliendo con los compromisos de la prestigiosa certificación internacional **Travelife Sustainability**, para los hoteles Fuerte Conil-Resort y Fuerte El Rompido, que ostentan categoría Gold.

### Gestión de residuos

Con el objetivo de minimizar el uso de plástico, se han implementado medidas para ofrecer **alternativas sostenibles en los desayunos buffet**. Por ejemplo, se brinda la opción de agua no embotellada y zumos naturales en botellas de cristal de mayor capacidad y recargables. Además, se ha introducido la disponibilidad de productos a granel, como frutas y charcutería, para reducir el uso de envases individuales. De esta manera, se busca fomentar prácticas más responsables y contribuir a la reducción de residuos plásticos.

Es esencial destacar que una gestión eficiente de los desechos y el avance en su reducción representan elementos esenciales para **fomentar una economía circular y de baja emisión de Carbono**, metas estrechamente en línea con los principios fundamentales del grupo. En consecuencia, se ha formulado un protocolo de registro propio de residuos para ser implementado en **Amàre Beach Ibiza en 2023**. Este protocolo se concibe como un proyecto piloto con el propósito de extender posteriormente esta metodología a todos los establecimientos de la cadena hotelera.

A futuro, cumpliendo con las leyes venideras, se implantará un **Plan de Reducción de Desperdicio** alimentario para establecer mejoras donde se pueda optimizar el sistema de control de alimentos, y con objetivo de disminuir desperdicio.

En el año 2022, los residuos reciclados fueron los representados en la siguiente tabla:

Reciclaje 2022	Vidrio (kg)	Papel y Cartón (kg)	Envases ligeros (kg)	Aceite de cocina (L)
<b>Fuerte El Rompido</b>	7.495	20.750	3.626	1.408
<b>Fuerte Conil Resort</b>	30.740	4.050	2.160	2.480
<b>Fuerte Marbella</b>	Cerrado			
<b>Fuerte Grazalema</b>	3.570	4.925	1.160	600
<b>Amàre Beach Marbella</b>	2.674	15.200	3.800	2.674
<b>Amàre Beach Ibiza</b>	48.000	79.783	42.100	2.595
<b>TOTAL</b>	92.479	124.708	52.846	9.757

Por su parte, los residuos peligrosos se gestionaron debidamente con gestores especializados y bajo estricto cumplimiento legal. Además, fruto de la implantación de medidas circulares, algunos de los proveedores de residuos peligrosos y no peligrosos recogen las garrafas vacías de su producto en las instalaciones, y los reutilizan, reduciendo así la producción de envases de un solo uso.

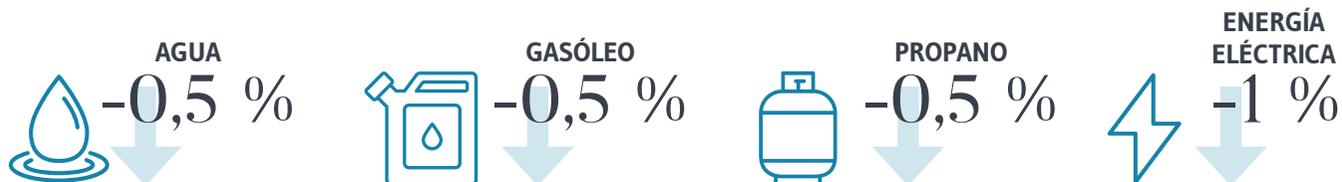
El aceite de cocina utilizado resulta un residuo altamente contaminante. Por esta razón, la empresa se ha comprometido durante varios años a prevenir su impacto ambiental mediante su **transformación en biocombus-**

**tible** a través de gestores autorizados. Esta práctica ejemplifica las acciones relacionadas con la Economía Circular que se promueven en Fuerte Group Hotels. De esta manera, no solo se reduce el impacto negativo del residuo, sino que también se contribuye a la utilización responsable de los recursos y al fomento de la sinergia entre empresas.

El aprovechamiento de residuos de poda y jardinería se continúa haciendo, como **fuentes de abono para nuevas zonas verdes**, tras un compostaje en los propios hoteles.

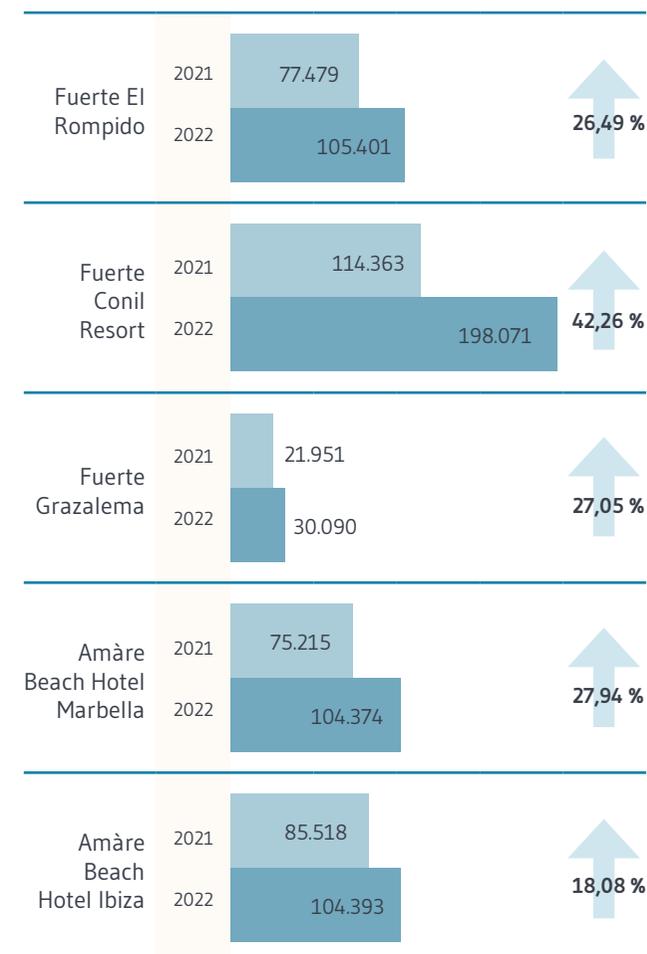
## Consumos

Con el objetivo de establecer metas de ahorro energético que reflejen las premisas de mejora continua de Fuerte Group Hotels, se han establecido los siguientes objetivos de reducción de consumos en comparación con el año anterior:



Consumos 2022	Electricidad (kWh)	Propano (KG)	Gas natural (m <sup>3</sup> )	Gasóleo C (L)	Agua (m <sup>3</sup> )	Apertura (meses)
<b>Fuerte el Rompido</b>	1.371.491	66.964	*	*	26.893	8
<b>Fuerte Conil Resort</b>	2.367.004	28.668	*	92.361	59.327	7
<b>Fuerte Grazalema</b>	503.837	5.422	*	30.060	11.082	11
<b>Fuerte Marbella</b>	Cerrado por reformas					
<b>Amàre Beach Hotel Marbella</b>	2.008.135	6.738	*	66.211	25.522	9
<b>Amàre Beach Hotel Ibiza</b>	1.547.572	-	57.503	*	37.431	7
<b>Total consumos</b>	7.798.039	107.792	57.503	188.632	160.255	-

Respecto a los datos del año 2021 se observa un **incremento en los consumos** directamente proporcional al aumento de la ocupación. Esto se debe al aumento significativo de clientes en la temporada del 2022, donde las restricciones y protocolos frente a la pandemia se retiraron por completo, restaurando el vigor del turismo, véase en la **comparativa de clientes**:



Para el año que viene se espera poder contar con datos más estables y tener la posibilidad de **realizar análisis del progreso y una evaluación fiel de la tendencia de los consumos**. Mientras tanto, las medidas aplicadas en todos los hoteles incluyen:

- Respecto al control del riego, se dispone del procedimiento "POG 47 Gestión del riego" donde se recopilan las actuaciones necesarias para **gestionar de forma eficiente el uso del agua en nuestras zonas verdes**, protocolo que se viene llevando a cabo en todos nuestros establecimientos hoteleros desde 2021.
- En los jardines se continua con el **uso del compost**

**ecológico fabricado en el mismo hotel**, y para los nuevos diseños de zonas verdes se contará con vegetación xerófila y autóctona, especies con menos requerimiento hídrico, que contribuirá a la reducción de agua necesaria en jardinería. Este innovador enfoque es visible en el Hotel El Fuerte Marbella 5\*, cuya apertura ha tenido lugar en el año 2023 después de su completa renovación.

- **La supervisión y evaluación de las desviaciones en los consumos diarios** de los hoteles continúa siendo responsabilidad de los controladores de We Resolve. Desde esta instancia, se notifica cualquier dato atípico, lo que facilita la implementación de las acciones adecuadas en respuesta a dichas situaciones.

- **Sistemas de difusores en grifos y cisternas de doble descarga** están implantadas en todos los centros hoteleros.
- Se explorará la viabilidad de implementar **sistemas de reciclaje de agua**, que involucren la reutilización del agua proveniente de lavabos en las cisternas de los inodoros y, posteriormente, tras un tratamiento previo, para el riego de las áreas verdes.

En el caso de los **Apartamentos Olée** la contabilidad de los consumos es individual, y responsabilidad de los propietarios de los mismos.



Olée Nerja Holiday Rentals

## Huella de carbono

“

El sector turístico es altamente vulnerable al cambio climático y, al mismo tiempo, contribuye a las emisiones de gases de efecto invernadero, una de las principales causas del calentamiento global. Es crucial acelerar las acciones climáticas en el turismo para garantizar la resiliencia de este sector. Esto implica medir y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, así como fortalecer la capacidad de adaptación a los impactos del clima.

”

(OMT, 2022)

Es **voluntad del gobierno de Fuerte Group Hotels canalizar sus esfuerzos hacia la mitigación de la huella de carbono**, especialmente en el contexto del cambio climático. En consonancia con este compromiso, se ha propuesto una reducción de un **1 % de GEI** por cliente como objetivo, en concordancia con el **ODS 7**, para lo que se han dirigido los siguientes esfuerzos durante el año:

- **Estudios de compensación de Carbono** en fincas en la provincia de Málaga con intención de generar un proyecto de compensación de GEI.
- **Uso de energías renovables:** para 2023 se ha aprobado la instalación de placas fotovoltaicas en algunos de los hoteles. Actualmente se cuenta con establecimientos que disponen de placas solares que se usan principalmente para agua caliente para las habitaciones, consiguiéndose así un ahorro notable en combustible.
- Proyecto de mejora de la envolvente para un **incremento de la eficiencia energética** en El Fuerte Marbella 5\*.
- Se han instalado **cargadores de coches eléctricos** en todos los hoteles para atraer a un cliente concienciado con su huella de carbono y reducir los GEI en el entorno de las instalaciones.
- Para Amàre Beach Hotel Ibiza se ha realizado un **Plan de Circularidad** pionero en el grupo, ya desarrollado en este informe.
- Uso de **aparatos eléctricos** de mayor eficiencia energética.

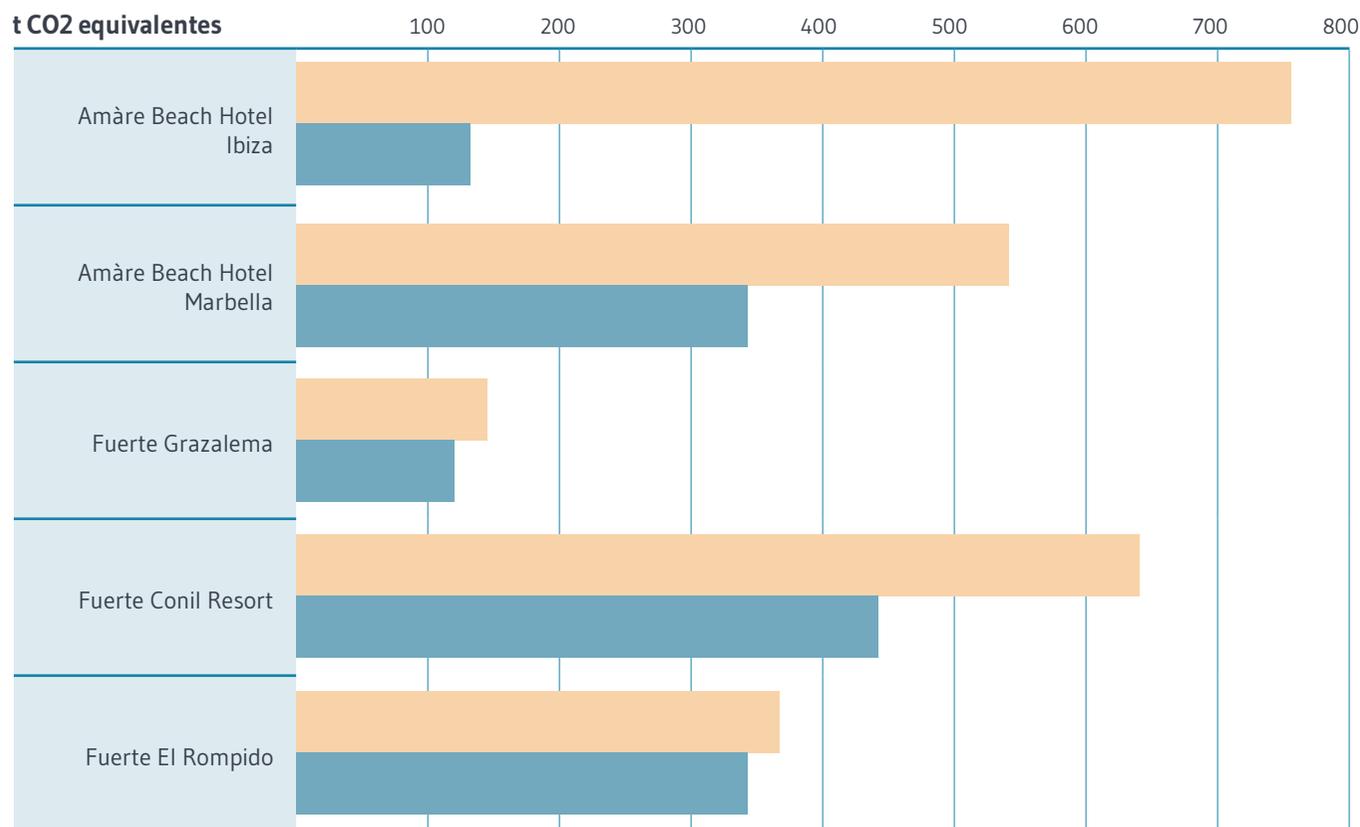
- Luces que funcionan con detectores de presencia y sustitución de luminarias tradicionales por **luces tipo LED** en todos los hoteles.
- **Revisiones periódicas del controller de energía**, donde revisa las alternativas que existen entre las diferentes compañías eléctricas.
- Establecimiento de **teletrabajo parcial** (por turnos) en oficinas centrales, a raíz de la pandemia, que ha puesto de manifiesto los beneficios para la reducción de emisiones en transporte de empleados, que a su vez ha favorecido la conciliación familiar.

El método de cuantificación de las emisiones de **Gases de Efecto Invernadero** en los establecimientos hoteleros abarca no solo las emisiones directas convencionales, sino también las originadas por los gases refrigerantes. Esta elección de integrar estos datos se ha fundamentado en la búsqueda de una comprensión más profunda de la **eficacia de la maquinaria industrial**. Asimismo, se busca evaluar de manera más precisa la viabilidad de futuras renovaciones tecnológicas y su impacto en la sostenibilidad ambiental del establecimiento. Los alcances que se han estudiado han sido, tanto para los Fuerte como los Amàre:

- **Alcance 1:** toneladas de Carbono emitidas a causa del consumo de combustibles fósiles. En particular, de gasóleo y propano, y emisiones directas.
- **Alcance 2:** toneladas de Carbono emitidas a causa del consumo de energía eléctrica.

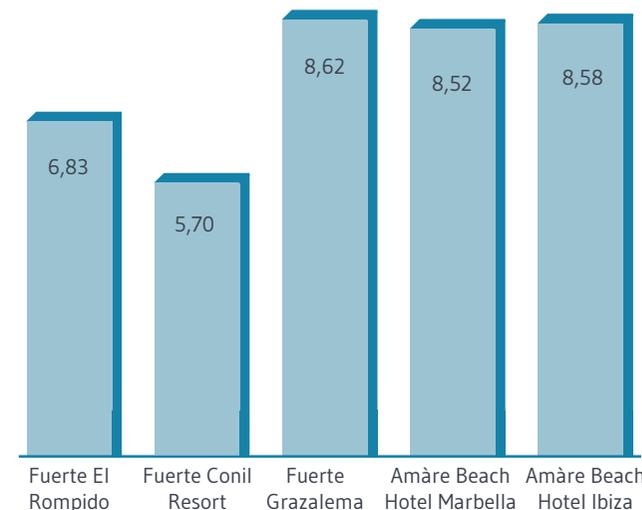
Debido a que 2021 fue un año con restricciones, la comparativa directa de datos de **huella de carbono** generada por cada hotel no resulta representativa, al igual que sucedía con los consumos. En el gráfico siguiente se destaca la diferencia que hay entre el **alcance 1, originario de los combustibles fósiles y gases refrigerantes liberados en los hoteles**, y el **alcance 2**. Este segundo

corresponde al **consumo de energía eléctrica**. Debido a estos resultados, considerando el panorama presentado, el enfoque actual está dirigido hacia la consecución de una reducción que logre resultados igualmente positivos, comparables a los alcanzados mediante la implementación de las acciones de mejora de eficiencia energética antes mencionadas.



Alcance 2 Alcance 1

**GEI emitidos por el cliente**  
kg CO2 equivalentes/cliente



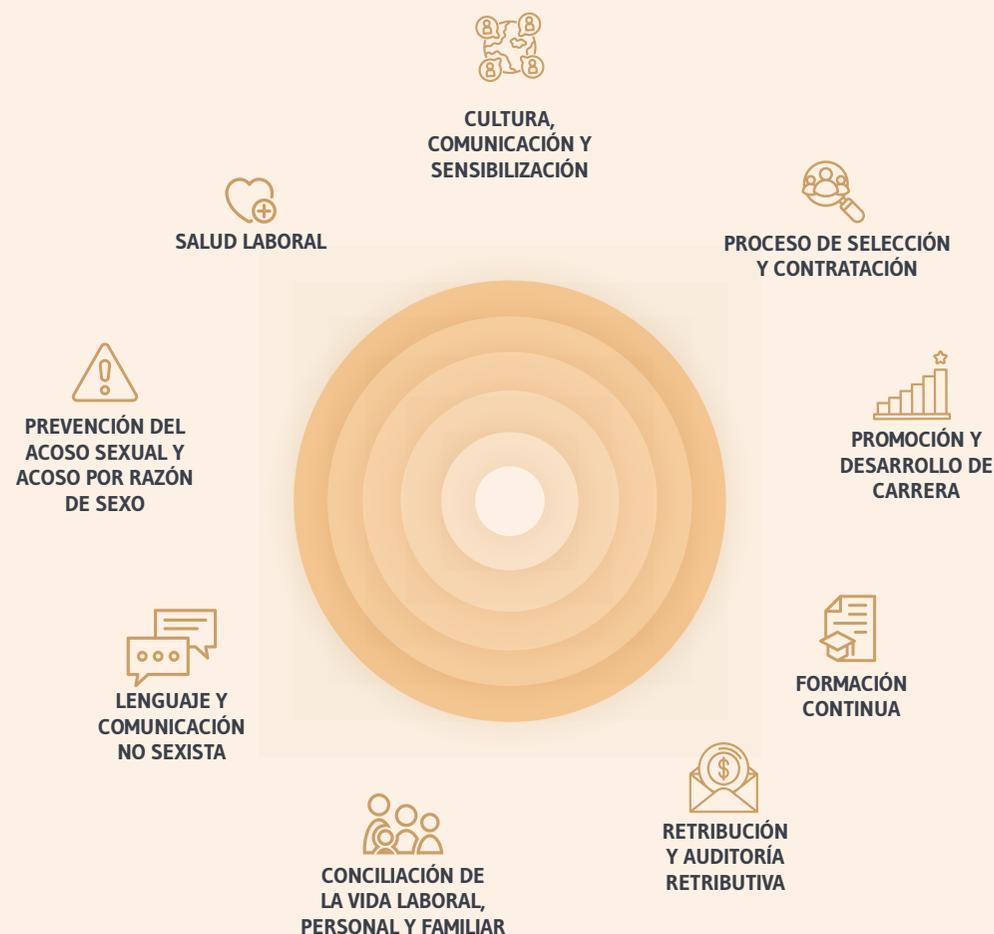
Por su lado, en el gráfico superior se relativiza la **huella por cliente**, expresándose en **kilos de equivalentes de CO2 por cliente**. El indicador de la reducción del 1 % de emisiones serán el de GEI producido por cliente global dentro de los centros hoteleros, siendo para este año 2022 de **7,20 kg CO2 equivalentes/cliente**. Se trata de un dato significativamente inferior al de otros años (datos observables en anteriores Memorias de Responsabilidad Social Corporativa) sobre el que deben realizarse ciertas puntualizaciones, y es que, como se ha comentado anteriormente, fue un año en el que la ocupación ha recibido una reactivación, pero, a su vez, no es un año corriente al disponer de uno de los centros cerrados, El Fuerte Marbella, debido a un proceso de reformas. Es por eso que no podría considerarse un dato comparable con el histórico que se lleva registrando, aunque sí de valor para futuros progresos y análisis.

## 2.3. Igualdad, ética, misión y visión, y anticorrupción

### Igualdad

En materia de igualdad, Forte Group Hotels continúa afianzando las iniciativas del **Plan de Igualdad de la empresa**, que busca cumplir con el ODS 5 relativo a la igualdad de géneros.

El objetivo de este plan es que las distintas políticas llevadas a cabo por la cadena integren la **igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres**, sin discriminar directa o indirectamente por razón de sexo, así como impulsar y fomentar iniciativas para conseguir la igualdad real en el seno de la empresa. Para ello, Forte Group Hotels está desarrollando medidas en los siguientes ejes de actuación:

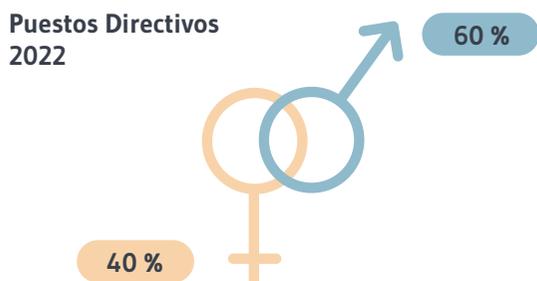
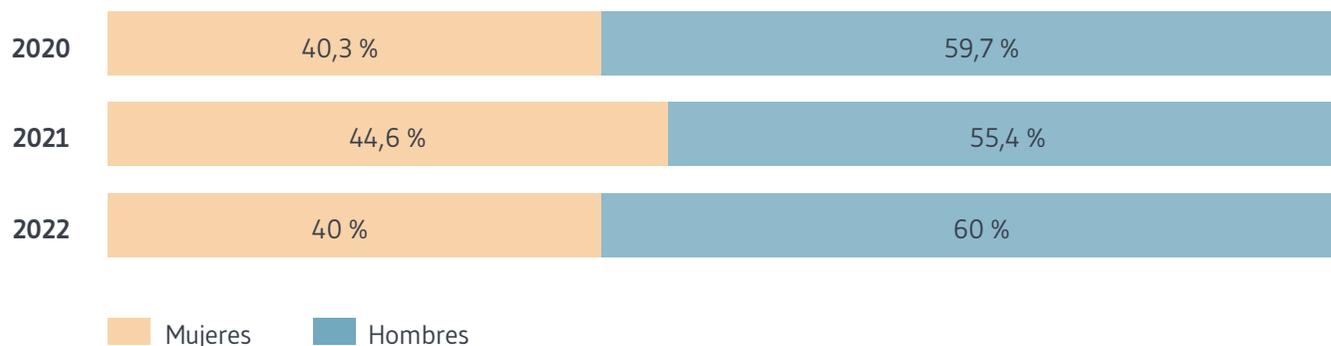


A este respecto cabe destacar que la política de selección de personal de Fuerte Group Hotels da **prioridad a la contratación de personal del sexo con menor representación** en aquellas posiciones donde no existe paridad, una vez el perfil que se busca cumpla los requisitos que solicita la cadena. No obstante, la presencia de ambos sexos en la mayoría de las categorías está muy cercana a la paridad.

También en los puestos directivos estamos muy cercanos a la paridad en ambos sexos, siendo ocupados por mujeres el 40 % de las posiciones (44,6 % en el 2021 y 40 % en el año 2022) y por hombres el 60 % de las posiciones (55,4 % en 2021 y 60 % en 2022).

La reforma del hotel El Fuerte Marbella desarrollada durante todo el año 2022 ha tenido su reflejo en estos porcentajes, dado que el personal contratado en puestos directivos ha sido mayoritariamente masculino.

De cara a 2023 se va a intentar corregir esa distorsión en aras de seguir avanzando hacia la igualdad de géneros.



Ana María Rodríguez Camelo - Camarera en Fuerte Conil Resort



José Antonio Ramírez de los Reyes - Camarero en Fuerte Conil Resort

## Código ético

Fuerte Group Hotels cuenta con un **código ético**, que es de **obligado cumplimiento** para todos los empleados que forman parte de la empresa. Los principios que éste establece, entre los que se encuentra el fomento de la igualdad entre hombres y mujeres, y el respeto a los derechos humanos, son los siguientes:

1.

Existimos para proporcionar satisfacción a nuestros clientes.

2.

El valor fundamental de nuestra empresa son las personas.

3.

Respetando el medioambiente demostramos nuestro respeto por los demás.

4.

Existen buenos empleados cuando existen buenos jefes.

5.

Todos tenemos capacidad de mejorar como personas y como profesionales y, si es así, será bueno para nuestro trabajo.

6.

La participación y el trato justo favorecen el compromiso con la empresa.

7.

Ser responsables significa cumplir con las normas, procedimientos y objetivos.

8.

La diversidad es una de las principales fuentes de riqueza; el respeto por ella proporciona relaciones sanas y maduras.

9.

Las buenas conductas deben ser reconocidas de forma pública, ejemplar y empleando todos los medios disponibles.

10.

La discreción eleva la confianza, mejora las relaciones y fortalece nuestra imagen.

11.

La fortaleza de una organización depende en gran medida de la fidelidad de su personal.

12.

La separación de lo personal y profesional dentro de la empresa favorecerá el desarrollo de nuestro trabajo.

## Misión y visión

Valores que también forman parte de la misión y la visión que guían todas las actuaciones de Fuerte Group Hotels, y forman parte del ADN de esta empresa familiar:

### Misión:

“Ser una empresa familiar con vocación de desarrollo y orientación fundamental a negocios hoteleros e inmobiliarios rentables y comprometidos con el desarrollo responsable de las personas y su entorno. Queremos coherencia entre negocio, equipo directivo, convivencia profesional (políticas) en el día a día y configuración institucional (Gobierno)”.

### Visión:

“Ser una empresa con marcas referentes en la hotelería responsable, entendida como una actitud de sensibilidad con las personas (satisfacción del accionista, de los clientes y de los empleados) y con el entorno (comunidad local y medioambiente), con presencia en España”.

## Anticorrupción

Por otro lado, cabe resaltar la importancia que el grupo andaluz da a las políticas de anticorrupción. A este respecto, cuenta con todos los mecanismos necesarios para garantizar la prevención del blanqueo de capitales en la gestión de pagos, y mantiene absoluta transparencia en materia de datos relacionados con anticorrupción, medioambiente, acción social y diversos temas financieros, que una vez al año son recopilados y auditados por la compañía internacional UHY Fay & Co.

## Pacto Mundial de la ONU

Detrás de la mayoría de estas prácticas se encuentra el férreo compromiso que Fuerte Group Hotels adquirió en 2016, al firmar el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, que obliga a la compañía a alinear los objetivos de la empresa con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

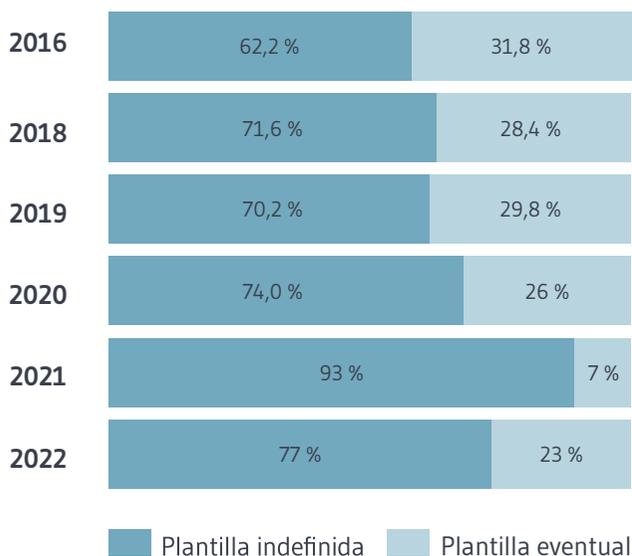


## 2.4. Personas

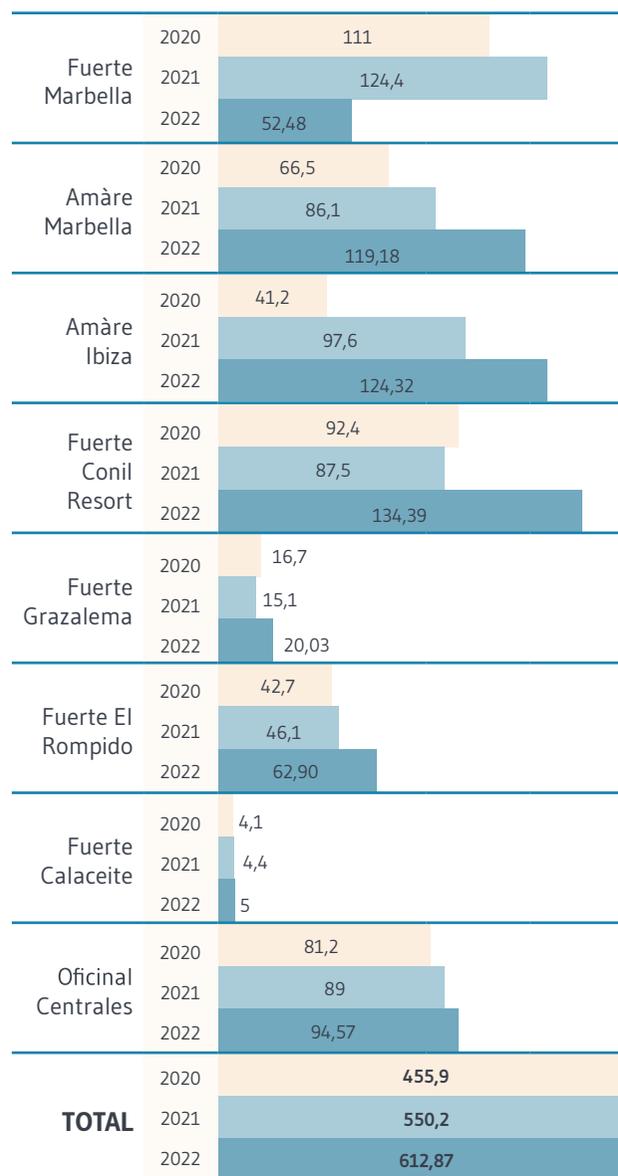
### Empleados

Durante 2022, Forte Group Hotels empleó de media a 612,87 de personas en el año 2022, lo que supone un 11,39 % más respecto al año anterior 2021 (550,2 personas).

La cadena ha seguido apostando por el empleo de calidad, siendo el 77 % de los empleados indefinidos, y correspondiendo únicamente un 23 % a trabajadores eventuales.



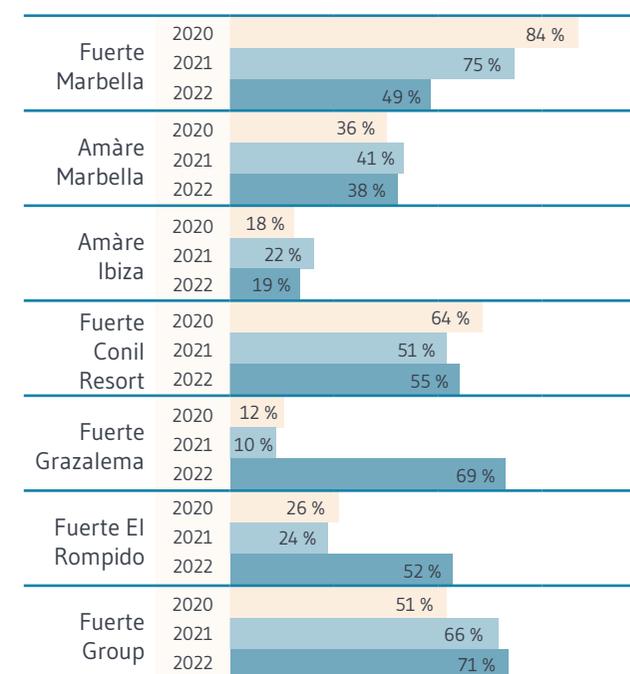
### Plantilla media por hotel



### Estabilidad de la plantilla

Otro de los aspectos que Forte Group Hotels cuida mucho a nivel de sus recursos humanos es la aplicación de políticas que incentivan la estabilidad de la plantilla. Durante 2022, el porcentaje de trabajadores con más de 5 años de antigüedad aumentó en casi todos los centros de trabajo, alcanzando el 69 % de la plantilla de Forte Grazalema y el 71 % de las oficinas corporativas.

En Forte El Rompido y en Forte Conil Resort se situó en algo más de la mitad, respectivamente, y en Amàre Beach Hotel Ibiza apenas llegó al 19 %, ya que el propio hotel fue inaugurado en 2019 y todavía no ha cumplido 5 años.



## Clima laboral

Como es habitual en Forte Group Hotels, a lo largo de 2022 se llevaron a cabo distintas encuestas de clima laboral, cuyos resultados reflejan una muy elevada satisfacción de los empleados del grupo, cuya media se situó en el 85,4 %, frente al 81,5 % obtenido en 2021.

En prácticamente todos los hoteles y en el corporativo la satisfacción de los empleados se ha mantenido por encima del 80 %, reflejando este resultado un dato muy positivo.

Fuerte Marbella	2021	84,10 %
	2022	89,10 %
Fuerte Conil Resort	2021	75,10 %
	2022	80,90 %
Fuerte Grazalema	2021	90,10 %
	2022	90,10 %
Fuerte El Rompido	2021	84,30 %
	2022	83,40 %
Amàre Marbella	2021	81,10 %
	2022	84,50 %
Amàre Ibiza	2021	72,30 %
	2022	83,40 %
Oficinas Centrales	2021	83,80 %
	2022	86,40 %
Media	2021	81,50 %
	2022	85,40 %

## Formación

Todas las políticas de recursos humanos de Forte Group Hotels están orientadas a captar, analizar, mejorar y retener el talento en la empresa. El Plan de Formación Anual se elabora teniendo en cuenta los objetivos estratégicos definidos, y en función de las necesidades de los trabajadores derivadas de los perfiles ocupacionales de los cargos que ocupan. La evaluación anual del desempeño permite detectar las necesidades formativas de cada empleado.

A este respecto, en 2022 se recuperó la normalidad en materia de formación, y la inversión en este departamento alcanzó los 106.146,16 euros, casi duplicando la de 2021, que fue de 66.658,34 euros.

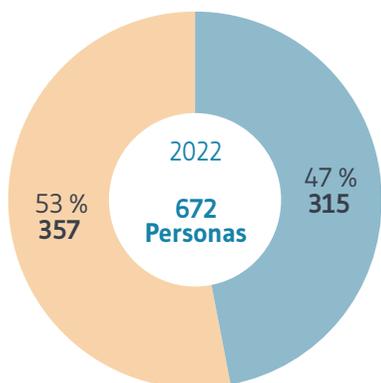
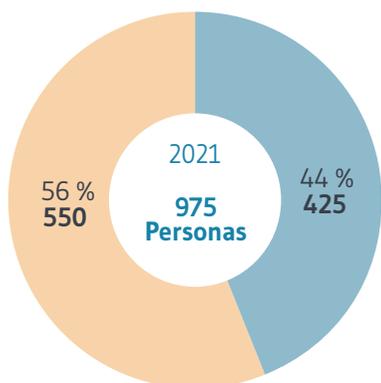
Durante todo el ejercicio se impartieron 14.799 horas de formación, frente a las 15.073 que se realizaron en todo el año 2021.

La disminución del número de horas, a pesar del aumento de la inversión, se debe al incremento de los cursos más especializados, de mayor coste, destinados principalmente a los directores de departamento y a los mandos intermedios.

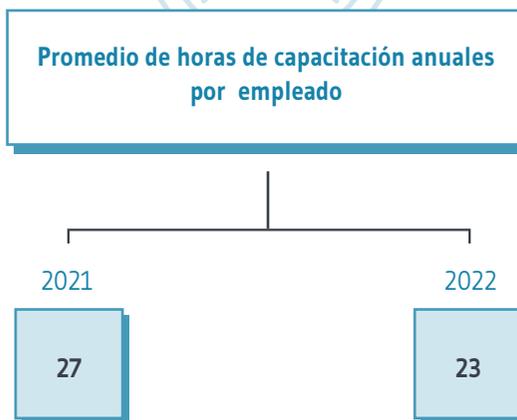
EMPRESA	2021	DI+MI	PB	2022	DI+MI	PB
ONHR	91	9	82	12	8	4
FCCL	3.331	428	2.903	3.033	899	2.134
FER	1.273	334	939	1.843	697	1.146
FG	689	279	410	290	60	230
FGROUP	1.985	578	1.407	1.730	1.130	600
FM	2.441	459	1.982	74	44	30
AMB	2.778	516	2.262	3.510	1.216	2.294
AIB	2.486	231	2.255	4.307	295	4.012
<b>TOTAL HORAS DE FORMACIÓN</b>	<b>15.073</b>	<b>2.833</b>	<b>12.240</b>	<b>14.799</b>	<b>4.349</b>	<b>10.450</b>
<b>TOTAL INVERTIDO</b>	<b>66.658,34 €</b>			<b>106.146,16 €</b>		

En total, 672 personas, de las cuáles el **53 %** fueron **mujeres** y el **47 % hombres**, se beneficiaron de estos cursos de formación, lo que sitúa la media de formación por empleado en 23 horas al año.

**Nº de personas que han accedido a la formación**



Mujeres Hombres



	2021	2022
<b>Total horas</b>	15.073	14.799
<b>Empleados</b>	550	649

**Alumnos en prácticas**

Fuerte Group Hotels desarrolla una importante labor para favorecer la **formación práctica en empresas de estudiantes de hostelería**, y el acercamiento al medio profesional y primer empleo de los titulados universitarios, a través de los diferentes convenios y programas de colaboración con universidades, escuelas e instituciones, a nivel nacional e internacional.

En 2022 el grupo impulsó esta política de colaboraciones, y mantuvo contacto con un total de **32 centros**.

Y es que estas prácticas constituyen una de las principales fuentes de reclutamiento de la cadena, por lo que se suelen seleccionar personas con buen perfil académico, talento y principios éticos afines a la cultura de la compañía.

Gracias a ello, en 2022 un total de **66 alumnos y alumnas** pudieron hacer prácticas en hoteles de la cadena. De todo ellos, el 9 % fue contratado al finalizar el periodo formativo.

	2021	2022
<b>Alumnos en prácticas</b>	16	66
<b>Alumnos contratados</b>	6 %	9 %
<b>Nº centros colaboradores</b>	3	32

### Inserción de personas en riesgos de exclusión social

Como apoyo a los proyectos sociales y culturales que Fuerte Group Hotels lleva a cabo a través de la Fundación Fuerte, algunos hoteles del grupo **colaboran con asociaciones y fundaciones** facilitando la inserción laboral de personas en riesgo de exclusión social.

Estos programas están dirigidos a **colectivos vulnerables**, para los que se desarrolla un programa formativo y se define un periodo de prácticas.

Durante 2022, **2 hoteles del grupo acogieron a 13 alumnos en riesgo de exclusión social**, para formarles durante un periodo. Lo más importante de esta iniciativa es que un 46 % de todos ellos fueron contratados al finalizar las prácticas.

### Prevención de Riesgos Laborales

La Dirección de la empresa, consciente de que la actividad que desarrolla puede ocasionar daños a la seguridad y salud de los trabajadores y la de terceras personas que puedan permanecer en las instalaciones de los hoteles, tiene definida una Política de Prevención de Riesgos Laborales.

Dentro de este marco, el **Plan de Contingencia y Evaluación de Riesgos** de cada centro incluye acciones como la planificación de controles periódicos y medidas técnicas; la actualización de los equipos de protección individual y colectiva al comienzo de cada temporada; la formación de capacitación para el desempeño de nivel básico para todos los directivos y mandos intermedios; y la formación específica de cada trabajador en función de los riesgos evaluados en cada puesto.

PROYECTO	ORGANISMO	HOTEL	2021		2022	
			Nº ALUMNOS	CONTRATADOS	Nº ALUMNOS	CONTRATADOS
"APRENDER TRABAJANDO", PLAN DE EMPLEO INTEGRACIÓN COLECTIVOS VULNERABLES O EN RIESGO DE EXCLUSION SOCIAL	Secretariado Gitano	FUERTE EL ROMPIDO	16	1	12	5
"APRENDER TRABAJANDO", PLAN DE EMPLEO INTEGRACIÓN COLECTIVOS VULNERABLES O EN RIESGO DE EXCLUSION SOCIAL	Cruz Roja Chiclana	FUERTE CONIL-COSTA LUZ	0	0	1	1
TOTAL			16	1	13	6
<b>PORCENTAJE DE ALUMNOS CONTRATADOS</b>				<b>6 %</b>		<b>46 %</b>

En este sentido, durante 2022 se redujeron las formaciones que en los últimos años se impartieron en relación a la prevención y protección frente a la COVID, y se incorporaron nuevas acciones relacionadas, por ejemplo, con la construcción.



**370 personas cursaron la formación de riesgos laborales en 2022.**

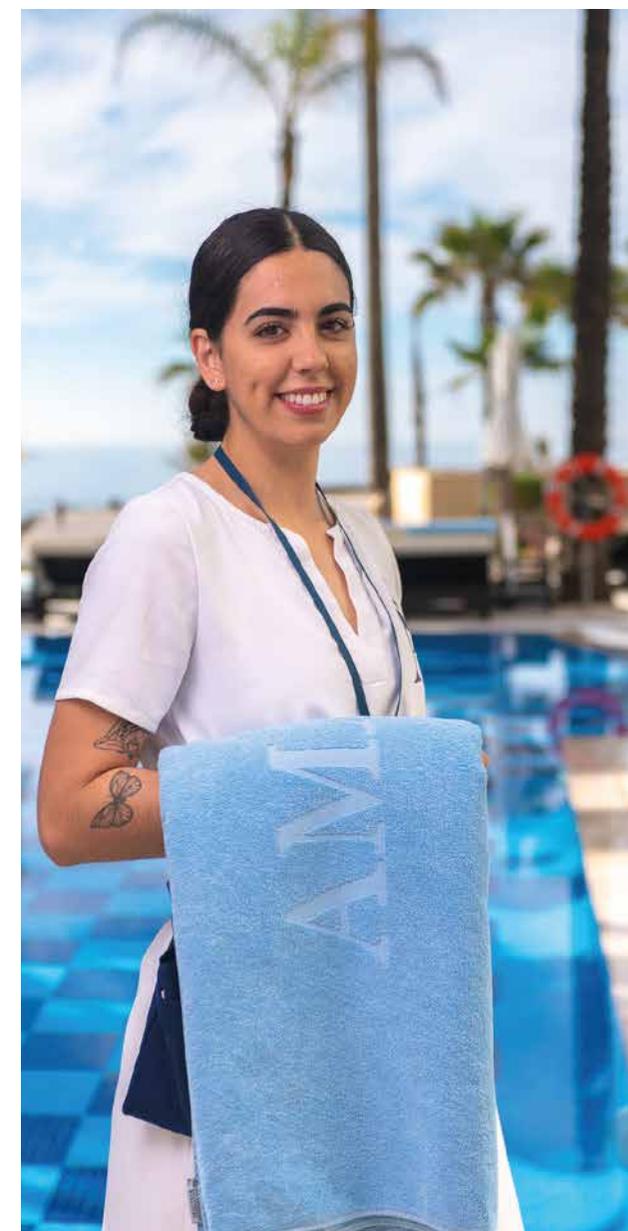


**933 horas de formación específica en Prevención de Riesgos Laborales en 2022.**



Raúl Olmedo Menacho - Jefe de Sala en Fuerte Grazalema

ACCIÓN FORMATIVA	2021		2022	
	ASISTENTES	TOTAL HORAS	ASISTENTES	TOTAL HORAS
Capacitación desempeño nivel básico	1	60	1	50
Emergencia y simulacro de evacuación	280	305	128	164
Riesgos específicos por puestos	333	666	223	446
Soporte vital nivel básico y manejo de desfibrilador	11	44	-	-
Formación reapertura post covid	160	320	-	-
Medidas de prevención y protección frente al COVID	640	1280	-	-
Normas de distanciamiento y seguridad en el puesto de trabajo y zonas de personal	-	-	-	-
Plan de contingencia y medidas preventivas	-	-	-	-
Jornadas informativas	-	-	3	18
2ºCiclo Construcción - Prevención Riesgos Laborales	-	-	12	240
Trabajos en Altura/Plataformas elevadoras	-	-	3	15
<b>TOTAL</b>	<b>1425</b>	<b>2675</b>	<b>370</b>	<b>933</b>



Rocío Ruiz Hinojos - Hostess en Amàre Beach Hotel Marbella

### Evaluación del desempeño y retención del talento

El 80 % de la plantilla contratada de Fuerte Group Hotels participa en la **evaluación del desempeño**, que es un proceso periódico de apreciación cualitativa sobre la actuación de las personas que forman parte de las diferentes empresas que conforman la cadena, en el desempeño de las actividades que le han sido asignadas, y en base a las líneas estratégicas de la organización.

**Se evalúan las competencias** como consecuencia de su actuación a lo largo de un año, y en función de los resultados de la valoración se identifica la necesidad de formación, y se orientan otras medidas relacionadas con el desarrollo profesional, la remuneración y la movilidad, entre otros.

Por otra parte, Fuerte Group Hotels cuenta con sendos programas de promoción interna que, bajo el nombre de **“Crece”** y **“Crece Manager”**, identifican y promueven a los colaboradores y colaboradoras con las capacidades y conocimientos necesarios para adquirir nuevas responsabilidades. Esta iniciativa les da la oportunidad de avanzar en su carrera, fomentando e impulsando el desarrollo profesional; ayuda a construir una cultura de confianza, y logra retener el talento.

En 2022, 60 trabajadores y trabajadoras de Fuerte Group Hotels fueron seleccionados para participar en estos dos programas, respectivamente.

**La ejecución de este proyecto supuso una inversión de 16.532 euros.**

### Personas incluidas en el Programa Crece

CENTRO	CRECE	CRECE MANAGER	TOTAL
AMÀRE IBIZA	17	1	18
AMÀRE MARBELLA	8	1	9
FUERTE CONIL - RESORT	19	4	23
FUERTE EL ROMPIDO	7	3	10
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>9</b>	<b>60</b>



Javier Martín Hermoso - 2º Jefe de Cocina en Amàre Beach Hotel Marbella

## Mejoras sociales

El Plan de Mejoras Sociales está dirigido a las personas que forman parte de la plantilla de las empresas que integran el Grupo El Fuerte, e incluyen ayudas relacionadas con el pago de guarderías, anticipos y préstamos, la compra de libros escolares y las ayudas a los matrimonios. En 2022 se recuperaron estas dos últimas prestaciones, que no se habían facilitado en los dos años anteriores.

Por otra parte, cabe destacar que en 2022 se alcanzó una cifra récord de ayudas concedidas, con un total

de **156.537,98 euros**. La mayor parte de esta cuantía, concretamente 130.519,69 euros, correspondieron a préstamos y anticipos. También es destacable el gran **aumento de las prestaciones otorgadas para al pago de guarderías**, lo que muestra un claro compromiso por mejorar en lo posible la conciliación.

En otro orden de cosas, cabe destacar que durante 2022 todos los trabajadores del grupo siguieron beneficiándose de otra importante ventaja, que es la de poder alojarse en los hoteles de la cadena con precios reducidos.

	2018	2019	2020	2021	2022
GUARDERÍA	21.360,99 €	17.111,87 €	7.772,27 €	8.443,77 €	18.607,33 €
LIBROS ESCOLARES	8.282,22 €	7.779,61 €	-	-	6.628,96 €
MATRIMONIO	1.492,00 €	2.283,00 €	-	-	782,00 €
ANTICIPOS Y PRÉSTAMOS	119.409,98 €	72.761,38 €	72.480,69 €	30.738,73 €	130.519,69 €
<b>TOTAL</b>	<b>150.545,19 €</b>	<b>99.935,86 €</b>	<b>80.252,96 €</b>	<b>39.182,50 €</b>	<b>156.537,98 €</b>

## PLAN DE MEJORAS SOCIALES 2022



**18.607,33 €**  
Guardería



**6.628,96 €**  
Libros escolares



**782,00 €**  
Matrimonio



**130.519,69 €**  
Anticipos y préstamos

## Comunidad digital

Fuerte Group Hotels ha logrado mantener una estrecha relación con la comunidad digital que ha ido creando en las principales redes sociales. A lo largo de 2022, sus perfiles de Facebook, Instagram y YouTube siguieron creciendo, y el de Twitter disminuyó ligeramente.

De todos ellos, el que más aumentó fue el de Instagram, gracias sobre todo a las distintas campañas que la cadena llevó a cabo con influencers como **Ana Moya, Amber Davies y Adriana Spink**, entre otras; afines al producto hotelero y muy bien posicionadas en sus respectivos mercados.

El contenido generado por todos ellos permitió sumar más de **23.000 seguidores en Instagram**, y casi duplicar el de YouTube.

Por otra parte, a lo largo del pasado ejercicio la cadena mantuvo sus habituales acciones de marketing y comunicación, que tienen como objetivo dar a conocer sus novedades y actuaciones a la sociedad a través de los principales medios de comunicación.



El Fuerte Marbella

## Seguidores en redes sociales

REDES SOCIALES	2019	2020	2021	2022
Facebook 	87.293	89.733	93.719	95.675
Twitter 	8.854	9.038	8.986	8.884
YouTube 	1.334	1.659	1.871	2.757
Instagram 	29.293	38.449	60.886	83.361

## Calidad

Para Fuerte Group Hotels la satisfacción de los clientes de los hoteles de la cadena es un tema prioritario. Las herramientas que utiliza para analizar y valorar esta competencia son varias. Por ejemplo, realiza encuestas online que son enviadas al e-mail de cada cliente tras el check-out.

En 2022, todavía no se llegaron a las cifras de envíos previas a la pandemia, pero se llevaron a cabo **5.586 sondeos**, de los que se obtuvo un excelente IPN (Índice de Promotores Netos) de **93,10 %**, ligeramente superior al conseguido en 2021.

Además, la cadena utiliza herramientas de guest intelligence como **Review Pro** para analizar el **Índice de Reputación Online**, valorando las opiniones que aparecen en comunidades de viajeros, webs especializadas y redes sociales, entre otros soportes digitales.

El porcentaje de satisfacción conseguido en 2022 en ese marco fue del **90,90 %**, también ligeramente superior al de 2021.

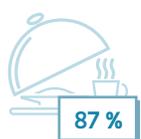
CALIDAD	2019	2020	2021	2022
Nº de opiniones sobre la cadena: Fuente de los datos: Review Pro	10.882	-	5.159	5.586
Índice de reputación online: Fuente de los datos: Review Pro	91,00 %	-	90,10 %	90,90 %
IPN (Índice de Promotores Netos)	97,30 %	-	93,00 %	93,10 %

Por áreas, la mejor valorada es la de servicio, con una puntuación de 91,9 %, seguida de la de limpieza, con un 91 %. En restauración, se nota una subida respecto a 2021, con un 87 % frente al 86,1 % obtenido el año anterior. Por último, las encuestas sitúan la **satisfacción de los clientes en lo que respecta a las experiencias en un 83,4 %**, una cifra que está en la línea de las alcanzadas antes de la pandemia.

ÁREA	2018	2019	2020	2021	2022
Limpieza	92,10 %	92,60 %	-	92,6 %	91 %
Restauración	84,20 %	85,90 %	-	86,1 %	87 %
Servicio	89,90 %	91,90 %	-	93 %	91,9 %
Experiencias	81,70 %	83,10 %	-	88,5 %	83,4 %



91 %



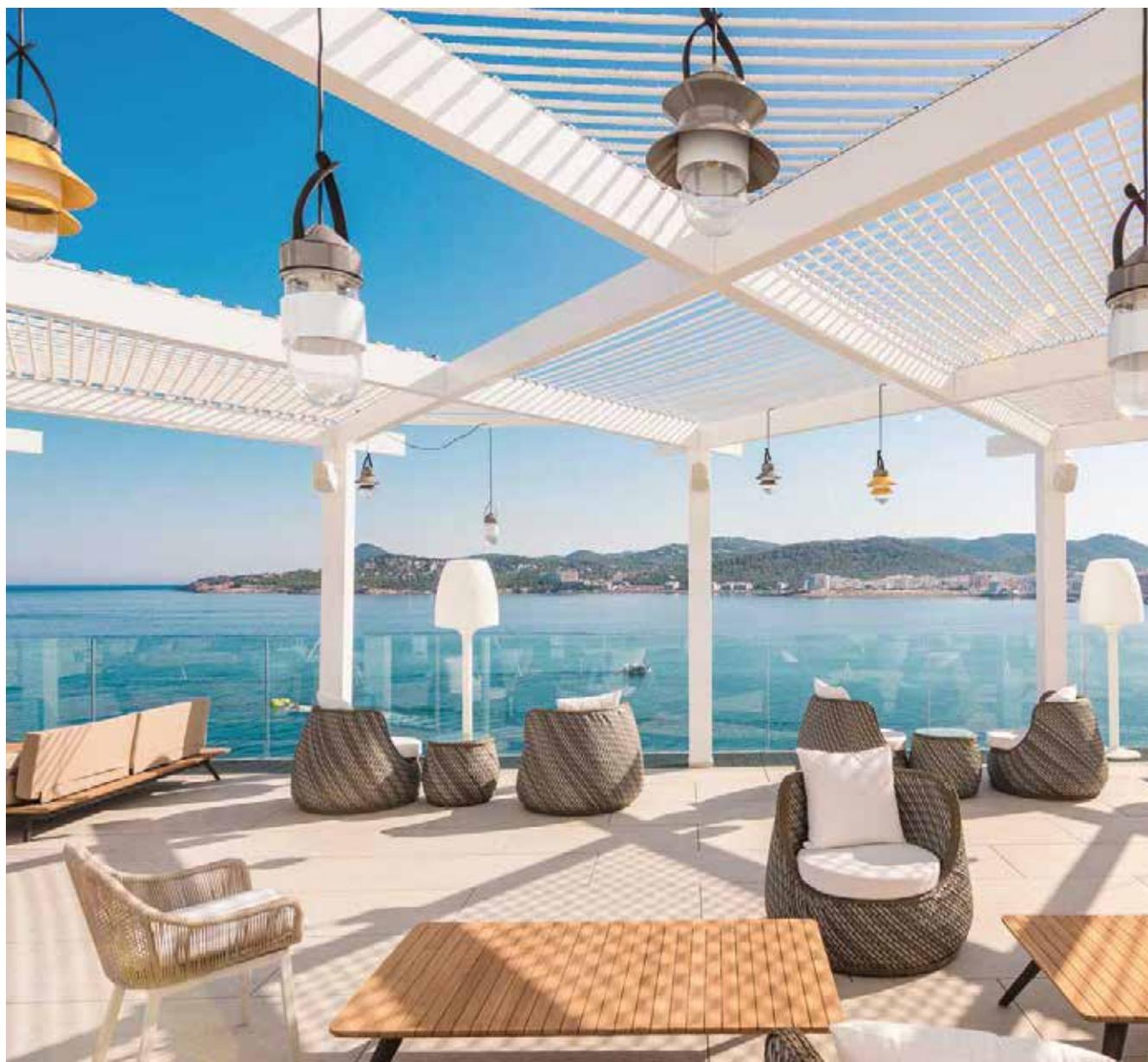
87 %



91,9 %



83,4 %

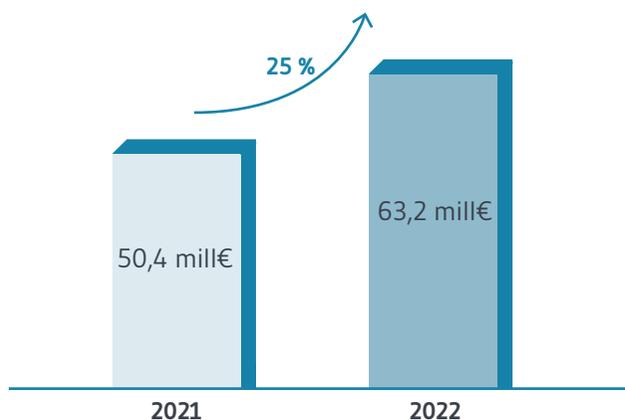


Amàre Beach Hotel Ibiza

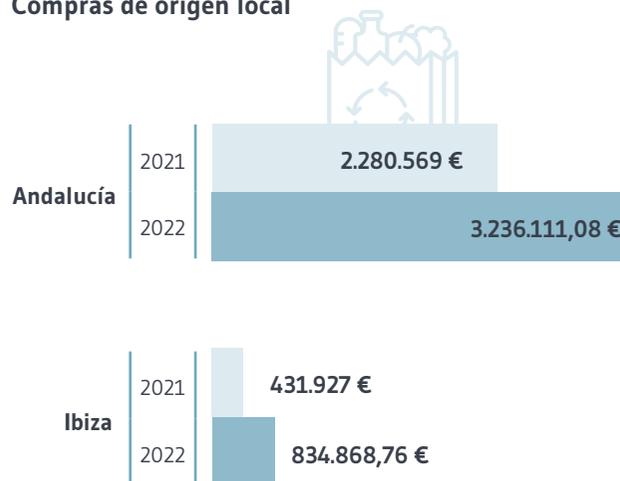
## 2.5. Economía

En términos de resultados financieros para el año 2022, la gradual recuperación de la actividad turística ha permitido que Fuerte Group Hotels alcance ingresos por un total de 63,2 millones de euros. Esta cifra representa un aumento del 25 % con respecto al año 2021 (segundo año de pandemia), cuando la facturación fue de 50,4 millones de euros. Sin llegar al mismo punto, esta cifra comienza a acercarse a los 75 millones de euros facturados en 2019, lo cual se considera un signo alentador de avance.

Fuerte Group Hotels asegura la prevención del blanqueo de capital y garantiza la transparencia en asuntos anticorrupción, medioambiente y temas financieros. Anualmente, estos datos se revisan y auditan con detalle por la firma internacional **UHY Fay & Go**.



### Compras de origen local



Tal y como se espera tras la reactivación del turismo, y sin restricciones por seguridad ante la pandemia, existen marcadas diferencias en las compras respecto al año 2021. Los resultados son los esperables, puesto que 2022 ha ofrecido altas ocupaciones hoteleras en general, aumentando de forma proporcional la necesidad de compra. Los gastos han aumentado también por el aumento de la inflación. El porcentaje de compras locales frente a compras totales supondría un 55 %, concentrándose el **85 %** de estas compras locales en **25 proveedores diferentes en Andalucía y en 8 proveedores en Ibiza**.

En la próxima temporada, se seguirá contando con los principales proveedores locales y visualizando oportunidades para ampliarlos, ya que uno de los puntos clave en la circularidad es realizar las compras en **comercios de proximidad**, reduciendo la huella de carbono asociada a la cadena de valor y favoreciendo el **desarrollo socioeconómico del entorno**.

También se implantarán medidas más sostenibles como cambiar el agua mineral por **agua osmotizada** en todos los puntos de venta de los hoteles, haciendo a los clientes partícipes de una forma consciente y visible, de la **reducción de botellas de plástico de un solo uso**.



Plato del Restaurante Levante en el Fuerte Marbella

## 2.6.

# Labor social: Fundación Fuerte

Fundación Fuerte es una **entidad sin ánimo de lucro** con sede en Marbella, cuyo fin es canalizar las **actividades solidarias de Grupo El Fuerte** hacia la ayuda a personas en riesgo de exclusión social, la organización de eventos culturales y la realización de campañas de concienciación ambiental. Durante 2022 realizó un total de **32 proyectos** dentro del ámbito cultural, educativo y social, que requirieron de una inversión global de **101.325,36 euros**. Éstas son algunas de las iniciativas más destacadas:



**FUNDACIONFUERTE**  
[www.fundacionfuerte.org](http://www.fundacionfuerte.org)



1. **Asociación Marbella Activa:** entrega de premios del IX Concurso de Relatos. Donación: 1.212,73 euros.
2. **Asociación Amigos Órgano del Sol Mayor:** programación de conciertos en la Parroquia de Ntra. Sra. de la Encarnación y mantenimiento del órgano del Sol Mayor, que se encuentra ubicado en ella. Donación: 8.000 euros.
3. **Hermandad de Ntro. P. Jesús Cautivo, Ntra. Sra. de la Encarnación, Sta. Marta, San Lázaro y M<sup>a</sup> de Marbella:** campeonato de golf benéfico para recaudar fondos destinados a la restauración de los tronos y las imágenes de Semana Santa. Donación: 4 bonos de hotel y 1 experiencia spa.



1. **Caritas Diocesana de Ibiza:** apoyo a un centro socio educativo. "Betania, un barrio de colores". Donación: 6.000 euros.
2. **ONG Construye Mundo:** apoyo a la educación de los alumnos de Primaria de la Escuela St. Jean Baptiste (Senegal). Donación: 1.000 euros.
3. **Fundación Solidaria Luna Nueva:** construcción de un muro en el Colegio Dierybirane de Senegal. Donación: 2.000 euros
4. **Fundación San Telmo:** ayuda para la construcción Salón de Actos antiguos alumnos en la sede de Sevilla. Donación: 500 euros.
5. **La ciudad de la alegría:** programa de padrinos. Donación: 2.000 euros.
6. **Marbella Social Hub:** jornada formativa e informativa para apoyar a los emprendedores. Donación: 500 euros.
7. **PROEMASA:** becas para niños ucranianos acogidos por familias de los colegios Attendis de Marbella. Donación: 2.000 euros.



### Ámbito social

1. **Hermandad de Ntro. P. Jesús Cautivo, Ntra. Sra. de la Encarnación, Sta. Marta, San Lázaro y M<sup>a</sup> de Marbella:** promoción de valores ligados a las tradiciones populares como la Semana Santa, especialmente el respeto a los demás. "La alegría del amor". Donación: 2.000 euros.
2. **Fundación Centro Español de Solidaridad de Málaga:** programa de prevención de Proyecto Hombre Málaga dirigido a menores, jóvenes y a sus familias. "Juego de llaves". Donación: 2.000 euros.
3. **Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** pago hipoteca piso de apoyo al tratamiento. Donación: 3.972,60 euros.
4. **Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** piso de apoyo al tratamiento. Donación: 15.900 euros.
5. **Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** cena de aniversario. Donación: 6.500 euros.
6. **Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** rastrillos benéficos. Donación: 3.600 euros.
7. **Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** recogida del "Euro Responsable", cantidad donada por los clientes de los establecimientos de Fuerte Group Hotels, y destinada a la financiar distintos programas de la asociación. Donación: 10.000 euros.
8. **Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** convenio de colaboración entre Fuertemant S.L., Asociación de Proyecto Hombre Marbella y Fundación Fuerte. Coordinación y ejecución del acuerdo de prestación gratuita de servicios de mantenimiento (hasta un máximo de 1.500 euros) suscrito con la empresa Fuertemant S.L. Donación: 0 euros.
9. **Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** Torneo de Golf celebrado el 09/07/22 en Club de Golf Aloha. Donación: 3.000 euros.
10. **Asociación Horizonte Proyecto Hombre Cádiz:** actividades preventivas dentro del ámbito escolar, familiar y laboral. "Vida saludable en familia". Donación: 5.500 euros.
11. **Asilo de ancianos Hermanitas de los pobres de Ronda:** ayuda para cubrir necesidades básicas. "La luz que nos guía". Donación: 500 euros.
12. **Casa hogar Luis Amigo:** ayuda sanitaria, educativa y de nutrición a 150 niños y adolescentes necesitados de las ciudades de Manila y Puerto Princesa (Filipinas), que viven en circunstancias muy difíciles, para que tengan un futuro mejor. Donación: 5.000 euros.
13. **Hospital Costa del Sol de Marbella:** charla informativa "Impacto de la demora diagnóstica y de tratamiento en pacientes con cáncer" en el Centro Cultural Hospital Real de la Misericordia de Marbella. Donación: 740,56 euros.
14. **Asociación de Voluntarios de CaixaBank, Asociación Mensajeros de la Paz y Fundación Convento de Santa Clara:** envió a Ucrania de una ambulancia medicalizada. "Reto 30 x 15". Donación: 15.000 euros.
15. **Compassionate Franciscan Sisters of the Poor (Kenia):** ayuda para compra de furgoneta de 15 plazas para atender las necesidades de transporte que surgen en su centro misionero de Kenia. Donación: 2.000 euros.
16. **Compassionate Franciscan Sisters of the Poor (Jamaica):** ayuda para construcción de un hogar para 15 niños con discapacidad física y mental en Montego Bay. Donación: 2.000 euros.
17. **La Caixa y Gavi, the Vaccine Alliance:** vacunación infantil. Donación: 1.500 euros.
18. **Parlamento Europeo de los Jóvenes:** reunión de 30 voluntarios en Marbella. Donación: 500 euros.
19. **Club Deportivo Baloncesto femenino Grazalema:** proyecto que impulsa el baloncesto femenino. Donación: 2.000 euros.
20. **Club Escalada Marbella:** ayuda para la organización de la Marcha Nórdica Ciudad de Marbella 2022. Donación: 800 euros.
21. **Saving Our Sharks Foundation:** proyecto de conservación de los tiburones en el Caribe Mexicano. Donación: 2.500 euros.
22. **VIFAC (vida y familia de Quintana Roo, México):** apoyo a una casa hogar para mujeres embarazadas vulnerables. Donación: 2.000 euros.

**Asimismo, se entregaron una serie de bonos:**

Bono entregado a un alumno del Colegio Mons (fiesta fin de curso).

— 86,16 € —  
2 NOCHES  
EL ROMPIDO

Bono entregado durante la fiesta benéfica para recaudar fondos para el campamento de verano Africamp.

— 99,96 € —  
2 NOCHES  
EL ROMPIDO

Bono entregado a Cáritas Marbella, para que fuera utilizado como premio en el Torneo de Pádel a beneficio de Cáritas Parroquia de la Encarnación.

— 126,08 € —  
2 NOCHES  
EL ROMPIDO

Por otro lado, como se mencionó anteriormente, los hoteles del grupo colaboran en el proyecto “Euro Responsable”. Gracias a esta iniciativa, en la recepción de los centros se pone a disposición de los clientes la posibilidad de donar un euro, o más, si es de su interés, para destinarlo a la Fundación Fuerte, que, a su vez, destina estos fondos para la consecución de fines sociales en los que trabaja.



Fuerte El Rompido



**03.**

AUTOANÁLISIS  
2022

**1** FIN DE LA POBREZA



**8** TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



**9** INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



**10** REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



**12** PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



**16** PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



**17** ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



# 3.1.

## Autoanálisis 2022

Fuerte Group Hotels implementa diversas acciones **alineadas con distintos objetivos**. La correlación de estas acciones con compromisos como el Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se presenta en la tabla siguiente, la cual detalla el **análisis de su desempeño a lo largo del ejercicio 2022**:

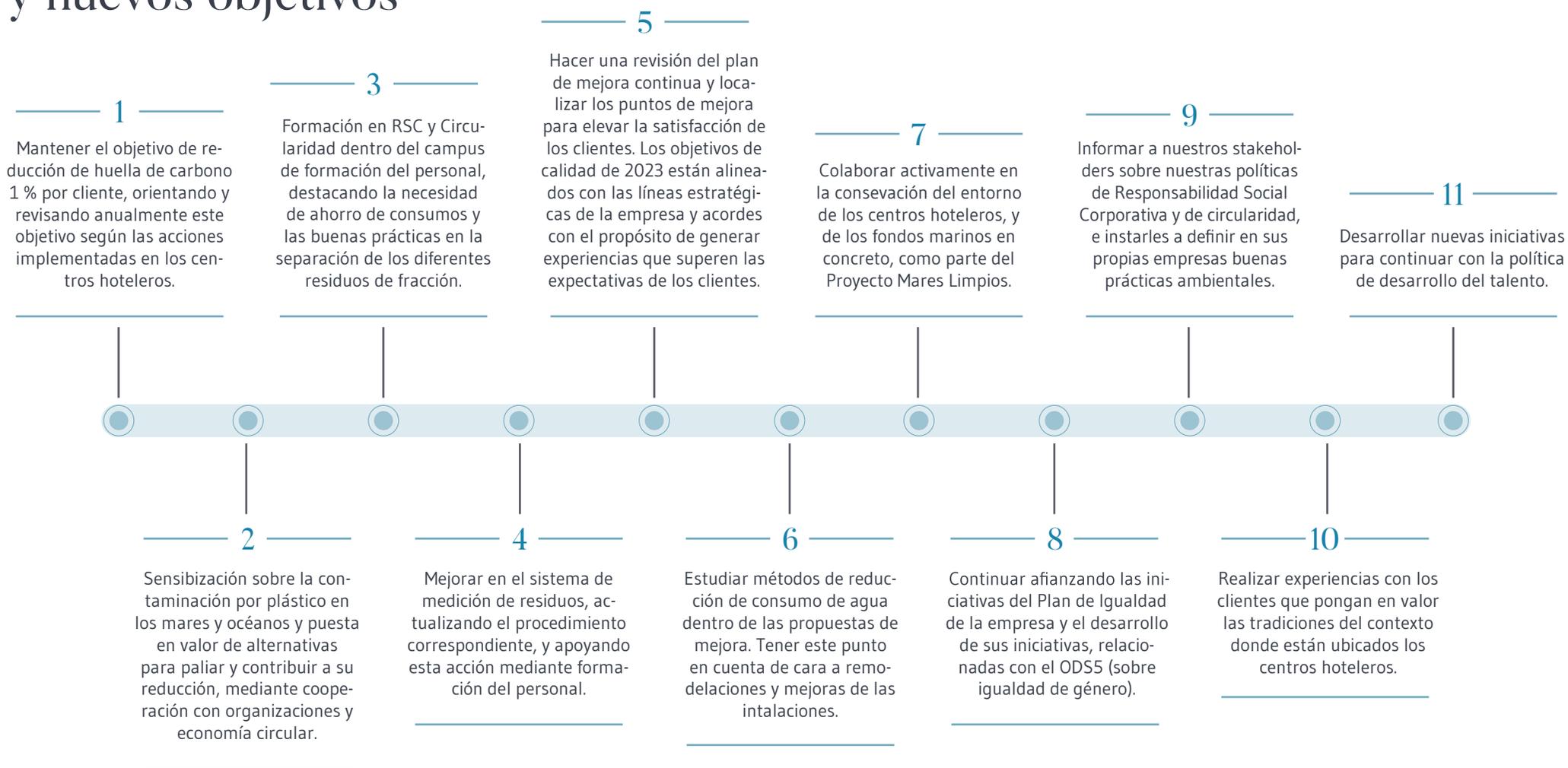
	ODS relacionados	Pacto Mundial	Acciones propuestas para el 2022	Evaluación del cumplimiento
1		Principios relacionados con el trabajo y medioambiente (3, 4, 5, 6 y 9)	Aumento de la satisfacción de nuestros clientes en un 5 % (índice medido a través de comentarios y encuestas).	Se ha incrementado la satisfacción global, aunque manteniéndose bastante en los niveles del año anterior, por lo que se persiste en este objetivo para el año que viene. No obstante, y desde hace años, la cadena cuenta con un plan de mejora continua en el que se dan prioridad a las opiniones y sugerencias de los clientes respecto a la mejora de los productos y servicios.
2		Principios relacionados con el Medioambiente (7, 8 y 9)	Incrementar la concienciación sostenible entre clientes, empleados, proveedores y grupos de interés.	Cumplido. Se ha creado una web específica para el RSC del grupo de acceso para todo el público, y se hace partícipe al personal mediante formación sobre la RSC de la empresa.
3		Principios relacionados con el trabajo y medioambiente (4, 5, 6 y 8)	Mejorar indicadores de compras locales (aumento de compra local vs. externa).	Cumplido. Se ha incrementado el volumen de compras locales.
4		Principios relacionados con Derechos Humanos (1, 2, 3, 4, 5 y 6)	Mantener y mejorar labor social de la Fundación Fuerte y proyectos sociales locales.	Cumplido. Se ha incrementado la cuantía y el número de proyectos.
5		Principios relacionados con Derechos Humanos (1, 2, 3, 4, 5 y 6)	Promover la cultura local en los hoteles del grupo.	Cumplido. Amàre Hotels llevó a cabo en 2022 colaboración con la Escola D'Art d'Eivissa y con el Museo del Grabado Español Contemporáneo, y en los Fuerte Hoteles se promueven actividades locales y Fuerte Live, acercando a los clientes la cultura y tradiciones de la zona, además de incluir comida tradicional en su carta de restaurante.
6		Principios relacionados con el Medioambiente (7, 8 y 9)	Reducción de huella de carbono en un 1 % a nivel de la cadena.	Los datos para este año no son comparables con los del año anterior, como se refleja en el apartado de medioambiente, pero la empresa continúa definiendo estrategias para la consecución de este fin, y actualizando su metodología el reporte anual de huella de carbono.

	ODS relacionados	Pacto Mundial	Acciones propuestas para el 2022	Evaluación del cumplimiento
7		Principios relacionados con el Medioambiente (7, 8 y 9)	Fortalecer desarrollo bajo economía circular y ODS 11, incluyendo gestión de residuos.	Se ha presentado el primer Plan de Circularidad de la cadena, para Amàre Beach Hotel Ibiza, que serán las bases que vertebran las nuevas estrategias circulares a nivel de toda la compañía.
8		Principios relacionados con el Medioambiente (7, 8 y 9)	Reducción significativa del uso del agua y promoción de su reutilización.	Los datos para este año no son comparables con los del año anterior, pero la empresa continúa definiendo estrategias para la consecución de este fin, véase en el apartado de Medioambiente, y se propone estudiar la incorporación de sistemas de reutilización de agua del lavabo.
9		Principios relacionados con Derechos Humanos (1, 2, 3, 4, 5 y 6)	Continuar afianzando iniciativas de igualdad de género (relacionadas con ODS 5).	Se mantiene el plan de igualdad, buscando mejorar el equilibrio del ratio entre géneros en la plantilla.
10		Principios relacionados con Derechos Humanos (1, 2, 3, 4, 5 y 6)	Desarrollar iniciativas de desarrollo del talento para el crecimiento profesional del personal.	Cumplido. Se ha desarrollado mediante los programas de promoción interna "Crece" y "Crece Manager", que ayudan a construir una cultura de confianza, y logra retener el talento.
11		Principios relacionados con el Medioambiente (7, 8 y 9)	Promover sensibilización hacia conservación de espacios naturales y biodiversidad, con acciones innovadoras.	Cumplido. Consultar sobre el Proyecto Mares Limpios y comunicación RSC en la web corporativa y en este informe.



Fuerte Grazelema

## 3.2. Perspectiva de futuro y nuevos objetivos



## 3.3. Reconocimientos y certificaciones

A lo largo de 2022 Fuerte Group Hotels obtuvo dos importantes reconocimientos de carácter medioambiental. Por una parte, la cadena fue galardonada con el **premio ReThink** por su campaña **"Mares Limpios"** y, por otra, recibió el **Premio a la Iniciativa Hotelera** en la categoría **"Mejor responsabilidad social corporativa-We are water"**.

En lo que respecta a los hoteles, **Amàre Beach Hotel Ibiza** fue el establecimiento que más certificaciones logró, siendo premiado por Jet2holidays con el **"Quality Award 2022"** y por British Airways Holidays con el **"Customer Excellence Award"**.



Fuerte Group Hotels recibe el Premio a la Iniciativa Hotelera en la categoría "Mejor Responsabilidad Social Corporativa - We Are Water"



# Carta del director general

de convertirlo en el mejor hotel de lujo del centro de Marbella Pueblo, adentrándonos con ello en el fascinante mundo de los hoteles de 5 estrellas.

Una apuesta por la hotelería de lujo que viene refrendada por la constancia de que es uno de los segmentos con más potencial de crecimiento, que más empleo genera, y con una gran capacidad de resistencia a las crisis. Algo que ha quedado demostrado durante la pandemia.

Por eso, hemos decidido retomar una posible expansión de Fuerte Group Hotels, vertebrando ese crecimiento a partir de un nicho de marcas diferenciadas de calidad. Con nuestras dos grandes apuestas Amàre Hotels y la nueva marca Daia, que ya tenemos prácticamente definida para estrenarse en Conil. Me refiero a la renovación del Fuerte Conil que pasará a ser Daia Conil un hotel recomendado para adultos con un enfoque muy diferente.

Y, por otra parte, la marca Fuerte Hoteles para hoteles más familiares, y los apartamentos Olée Holiday Rentals para el self catering.

Paralelamente a ese reto, nos planteamos seguir siendo fieles a otro de los aspectos diferenciales de nuestra compañía: la sostenibilidad. Y es que, aunque ahora sea algo de lo que todo el mundo habla, en Fuerte Group Hotels llevamos cuidando del entorno de nuestros hoteles desde que incorporamos Fuerte Conil Resort en 1999. Su apertura marcó una senda verde de la que nunca nos hemos apartado, y que hemos ido mejorando año tras año. No obstante, somos conscientes del momento decisivo

en el que nos encontramos a nivel civilización, y hemos decidido dar un salto cualitativo y cuantitativo en la gestión sostenible de nuestra cadena.

Para ello, el Consejo de Administración de Fuerte Group Hotels ha acordado que, de aquí a 2030, las emisiones de CO2 se reducirán anualmente un mínimo del 1 % por cliente global de los centros hoteleros, pudiéndose mejorar este valor gracias a la constante búsqueda de proyectos que palien el impacto de huella de carbono. A este respecto cabe destacar la instalación de placas fotovoltaicas para autoabastecimiento en dos de los Hoteles Fuertes, que se ejecutará en 2023.

Es un objetivo ambicioso, pero vamos a hacer todo lo posible por alcanzarlo y fortalecer así nuestro compromiso con el Pacto Mundial de la ONU, y con el futuro del planeta.

Muchas gracias.

**Don José Luque García**  
Director general de Fuerte Group Hotels

Echo la vista atrás y no tengo ninguna duda de que el 2022 será recordado como un año importante en la historia de Fuerte Group Hotels. Primero, por ser determinante en la ejecución de uno de los proyectos más ambiciosos de todos los que ha llevado a cabo nuestra empresa familiar, que en cierta manera podría equipararse al de la apertura de nuestro primer hotel en 1957.

Y es que, 66 años después de esa fecha, hemos reformado completamente nuestro buque insignia que, no por casualidad, es el mismo establecimiento: El Fuerte Marbella.

Con una inversión de 31 millones de euros, y más de 5 años de trabajo entre permisos proyectos y ejecución, hemos plasmado el sueño que teníamos todo el equipo

# Índice de contenidos GRI

A continuación, se presenta el índice detallado que engloba los estándares GRI (Global Reporting Initiative) y SASB (Sustainability Accounting Standards Board) que sigue el presente informe de RSC de Fuerte Group Hotels. Esta estructura enfatiza el compromiso de la empresa con la transparencia hacia los grupos de interés y la divulgación integral de su desempeño sostenible en aspectos económicos, ambientales y sociales.

102 Contenidos generales GRI/ SASB		Localización	Comentario
<b>Gobernanza</b>			
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	1.2 Gobierno corporativo y compromiso ético	
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	3.1 Autoanálisis 2022	
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	1.5 Gestión de riesgos	Procedimiento operativo "POG 64 Definición del contexto de la organización y planificación de riesgos y oportunidades"
102-35 / SV-HL-450a.1	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales / Número de instalaciones de alojamiento ubicadas en zonas de inundación de 100 años	3.1 Autoanálisis 2022	Procedimiento operativo "POG 64 Definición del contexto de la organización y planificación de riesgos y oportunidades"
102-32	Políticas de remuneración	2.4 Personas	
SV-HL-000.A	Número plazas de alojamiento disponibles	1.1. Nuestro modelo de negocio responsable	
<b>Participación de grupos de interés</b>			
102-40	Lista de grupos de interés	1.6 Grupos de interés	
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	1.6 Grupos de interés	

# Índice de contenidos GRI

102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	2.5 Economía	Toda la información detallada del desempeño económico de la organización ha sido tratado de manera anexa a este informe en dos documentos técnicos especializados: el informe de Estado de Información No Financiera (que contiene toda la información relativa al el cumplimiento de los contenidos establecidos en la Ley 11/2018 sobre Información No Financiera y Diversidad) y el Informe de Gestión Consolidado de Grupo El Fuerte.
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema Acerca de este informe		
102-47	Lista de temas materiales	1.3 Análisis de materialidad	
<b>Prácticas para la elaboración de informes</b>			
102-50	Periodo objeto del informe	Acerca de este informe	
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe		E-mail (prensa): <a href="mailto:communication@fuerte-group.com">communication@fuerte-group.com</a>
102-55	Índice de contenidos GRI y SASB	Tabla indicadores GRI y SASB	
<b>103 Enfoque de gestión</b>		Localización	Comentario
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	1.3	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	1.1, 7 y 8	
<b>200 Económico</b>			

# Índice de contenidos GRI

201 Desempeño económico		Localización	Comentario
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	2.5 Economía	
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados	1.5. Gestión de riesgos	
<b>300 Ambiental</b>			
301 Materiales		Localización	Comentario
301-2	Insumos reciclados	2.2 Medioambiente	
302	Energía	Localización	Comentario
102-16 / SV-HL-130a.1	Consumo energético dentro de la organización / Gestión de la energía	2.2 Medioambiente	
102-17	Reducción del consumo energético	2.2 Medioambiente	
303 / SV-HL-140a.1	Consumo de agua / Gestión del agua	2.2 Medioambiente	
304	Biodiversidad	Localización	Comentario
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	3.1 Autoanálisis 2022	Proyecto MARES LIMPIOS: <a href="https://www.fuertehoteles.com/sostenibilidad/">https://www.fuertehoteles.com/sostenibilidad/</a>
SV-HL-160a.1	Número de instalaciones de alojamiento ubicadas en o cerca de zonas de estado de conservación protegido o del hábitat de especies en peligro de extinción	2.2 Medioambiente	Fuerte Grazalema y Fuerte El Rompido
305	Emisiones	Localización	Comentario
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	2.2 Medioambiente	
305-2	Emisiones indirectas de GEI (alcance 2)	2.2 Medioambiente	
307	Cumplimiento ambiental	Localización	Comentario

# Índice de contenidos GRI

307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	No se han registrado incumplimientos en este ejercicio. La evaluación sobre el cumplimiento de la legislación ambiental y la actualización según la normativa vigente es un punto que se revisa de manera anual y que es además verificado en las auditorías sobre ISO 14001	
SV-HL-160a.2	Descripción de las políticas y prácticas de gestión ambiental para preservar los servicios de los ecosistemas	2.2 Medioambiente	A lo largo del capítulo se evalúan diversos indicadores de gestión ambiental, proporcionando objetivos y acciones para su cumplimiento, y siguiendo como referencia el estándar de la normativa ISO 14001. También se pueden observar en el capítulo 3.1. Autoanálisis 2022 de este informe
308	Evaluación ambiental de proveedores	Localización	Comentario
308-1	Proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	2.2 Medioambiente	
<b>400 Social</b>			
401	Empleo	Localización	
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	2.4 Personas	
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	2.4 Personas	
403	Salud y seguridad	Localización	

# Índice de contenidos GRI

403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador empresa de salud y seguridad	2.4 Personas	
404	Formación	Localización	
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	2.4 Personas	
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	2.4 Personas	
405	Biodiversidad	Localización	
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	2.2 Medioambiente	
406	No discriminación	Localización	Comentario
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas.		Fuerte Group Hotels mantiene una política de no discriminación (en cuanto a sexo, religión, nacionalidad...), tanto en las ofertas de empleo como durante todo el proceso de selección. También cumple con la Ley General de Discapacidad en todos sus centros, contratando los servicios a través de un Centro Especial de Empleo
408	Trabajo infantil	Localización	Comentario
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	No se han detectado en 2022	Notas: existe un procedimiento específico interno y corporativo cuyo alcance contempla este aspecto en concreto: POG 50: Código de conducta preventivo ante la explotación infantil

# Índice de contenidos GRI

409	Trabajo forzoso		Notas: existe un procedimiento específico interno y corporativo cuyo alcance contempla este aspecto en concreto: POG 50; Código de conducta preventivo ante la explotación infantil
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	No se han detectado en 2022	
SV-HL-310a.2	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las infracciones de la legislación laboral	No se han detectado en 2022	
412	Evaluación de derechos humanos	Localización	
412-2 / SV-HL-310a.4	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos / Descripción de las políticas y programas de prevención del acoso laboral	2.4 Personas	
413	Comunidades sociales	Localización	
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	2.6 Labor social: Fundación Fuerte	



# INFORME ANUAL 2022

---

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL CORPORATIVA

**FUERTE**  
**GRÔUP**  
HOTELS

[www.fuerte-group.com](http://www.fuerte-group.com)

