

**FUERTE  
GRÔUP**  
HOTELS

# Informe de Progreso

Diciembre 2016



APOYAMOS  
EL PACTO MUNDIAL

*Fuerte Group Hotels*

*Entidad firmante del Pacto Mundial desde el 16 de Enero de 2016.*

## Contenido

1. CARTA DE COMPROMISO .....	2
2. PERFIL DE LA ENTIDAD.....	3
3. ALCANCE Y DIFUSIÓN .....	4
4. IMPLANTACIÓN DE LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL.....	5
➤ DERECHOS HUMANOS.....	5
➤ NORMAS LABORALES.....	6
➤ MEDIO AMBIENTE .....	9
➤ ANTICORRUPCIÓN .....	10

## 1. CARTA DE COMPROMISO

A principios de 2016 Fuerte Group Hotels firmó la adhesión al Pacto Mundial, una iniciativa internacional propuesta por Naciones Unidas, en la que más de 13.000 entidades apuestan por un mundo mejor a través del desarrollo sostenible. Con ello pretendía, entre otros retos, alinear la gestión sostenible que lleva a cabo desde hace más de 50 años con los Objetivos de Desarrollo Sostenible que proponen las Naciones Unidas y que abogan por un turismo responsable.

Para conseguirlo Fuerte Group Hotels se comprometió a implantar y desarrollar los 10 principios fundamentales en los que se basa esta iniciativa en su estrategia empresarial, una labor con implicaciones sociales, empresariales y ambientales que ha sido recogida en el presente informe a modo de resumen, pero también de guía, para analizar los logros alcanzados y las posibles acciones de mejora.

Algunas de las medidas adoptadas a este respecto han sido las siguientes:

- Establecimiento de políticas corporativas encaminadas a prevenir la explotación infantil y a promover la Responsabilidad Social Corporativa.
- Programación de revisiones periódicas del Código Ético de la cadena.
- Enumeración y seguimiento de acciones encaminadas a la ejecución de las políticas definidas.
- Actualización del sistema de gestión para optimizar la eficiencia energética en la actividad de los hoteles.

Para finalizar sólo cabe reiterar el firme compromiso de Fuerte Group Hotels con los Diez principios del Pacto Mundial y su sincero apoyo a los valores que engloba y defiende.

Firmado: Don Jose Luque García,  
General Manager de Fuerte Group Hotels

## 2. PERFIL DE LA ENTIDAD

**Año de fundación:** 1957

**Actividad:** Hostelería

**Dirección Sede corporativa:** Avda. Puerta del Mar 15. 29602 Marbella (Málaga)

**Centros de trabajo:** Fuerte Group Hotels es una sociedad limitada de capital cien por cien andaluz, especializada en turismo vacacional y caracterizada por la gestión sostenible de sus establecimientos repartidos en Andalucía:



**HOTEL FUERTE MARBELLA**  
Calle El Fuerte s/n.  
29602 Marbella, Málaga. España  
Tel: (+34) 952 86 15 00

**AMARE MARBELLA BEACH HOTEL**  
(ANTIGUO FUERTE MIRAMAR)  
Av de Severo Ochoa, 8  
29603 Marbella, Málaga. España  
Tel: (+34) 952 76 84 00

**HOTEL FUERTE ESTEPONA**  
Arroyo Vaquero Playa  
Ctra. A-7 KM 150  
29680 Estepona. Málaga. España  
Tel: (+34) 952 80 80 20

**HOTEL FUERTE GRAZALEMA**  
Baldío de los Alamillos  
Carretera A-372 Km. 53. 11610  
Grazalesma. Cádiz. España  
Tel: (+34) 956 13 30 00

**HOTEL FUERTE CONIL - COSTA LUZ**  
Playa de la Fontanilla s/n  
11140 Conil de la Frontera,  
Cádiz. España  
Tel: (+34) 956 44 33 44

**HOTEL FUERTE EL ROMPIDO**  
Urb. Marina El Rompido  
Carretera H-4111 Km. 8  
21459 El Rompido, Huelva. España  
Tel: (+ 34) 959 39 99 29

**APARTAMENTOS FUERTE**  
**CALACEITE**  
Ctra. Nacional 340 A Km. 286,1 29793  
Torrox Costa, Málaga. España  
Tel: (+ 34) 952 52 79 06

**Países en los que está presente:** España

**Página web:** [www.fuertehoteles.com](http://www.fuertehoteles.com) y <http://www.amarehotels.com/es/>

**Número de trabajadores:** Media de 620, el 90% de origen local.

**Memoria RSC corporativa:** <http://www.fuertehoteles.com/grupo-el-fuerte/turismo-responsable/>

**Selección de los Grupos de Interés significativos:** Comunidad local / Sociedad Civil, Proveedores, y Empleados.

### 3. ALCANCE Y DIFUSIÓN

1. **Alcance:** Toda la compañía. Oficinas centrales más los 7 establecimientos.
2. **Difusión:** Se realiza de manera interna en la empresa y también a nivel externo.
  - **Comunicación interna:** Difusión del procedimiento corporativo “POG\_58 Informe Progreso Pacto Mundial” entre todos los equipos, mediante reuniones de departamento donde se explican sus contenidos al personal base y a los jefes de departamento. Se trata de un procedimiento donde se explica en qué consiste la adhesión de la empresa al Pacto Mundial y sus implicaciones y responsabilidades.
  - **Comunicación externa:** Hacia las demás grupos de interés con los que se relaciona la empresa (clientes, proveedores, asociaciones y medios de comunicación en general), a través de notas de prensa, blog corporativo, emailing, [web corporativa](#) y redes sociales.

## 4. IMPLANTACIÓN DE LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL

Los diez principios definidos en el Pacto Mundial, que están representados en las distintas políticas de gestión y en la propia estrategia de la empresa, han sido divididos en 4 bloques principales:

### ➤ *DERECHOS HUMANOS:*

**Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.**

**Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.**

#### Actuaciones:

El compromiso de Fuerte Hoteles en esta materia se materializa en las siguientes actuaciones:

- Establecimiento de un Código ético basado en los principios que rigen los Derechos Humanos Universales y en la no discriminación por razón de sexo, edad o religión entre otros factores.
- Difusión del Código Ético en todos los departamentos para llegar a toda la plantilla y, en especial, a todo el personal de reciente incorporación.  
El citado código se entrega a los nuevos empleados en el momento de darles la bienvenida, con el objetivo de mostrar la forma de trabajar de la empresa y sus valores más representativos, además de establecer las normas básicas de convivencia en el área de trabajo.
- Firma del Código Ético Mundial para el Turismo.
- Promoción de condiciones laborales seguras.
- Valoración del talento humano presente en la empresa como pieza clave para el desarrollo. A este respecto la política de Recursos Humanos de la empresa contempla un Plan de Desarrollo del Talento.
- Protección de la economía de las comunidades locales, principalmente eligiendo a proveedores y productos de las zonas donde se desarrollan las actividades propias de la organización.
- Creación de una conciencia de responsabilidad, usando la política de RSC como base de la filosofía empresarial.
- Colaboración con entidades o asociaciones locales para el desarrollo de la población local y su economía.

#### Objetivos:

- Fuerte Group Hotels considera que su personal está debidamente informado y concienciado acerca de los principios que establece el vigente Código Ético corporativo, por lo que su principal objetivo en este apartado consistirá en que la plantilla al completo (es decir, el 100% de los empleados) conozca sus derechos y principios y que éstos sean respetados. Resulta complicado medir el impacto de la conciencia empresarial y laboral, más que en cualquier otro aspecto.

➤ **NORMAS LABORALES:**

**Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.**

**Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.**

**Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.**

**Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.**

Para lograr un buen ambiente de trabajo es fundamental que exista un diálogo constructivo tanto con los trabajadores como con los representantes laborales, promoviendo una confianza bilateral. Por ello, en Fuerte Group Hotels se han desarrollado diversas actuaciones que afianzan el cumplimiento de estos principios:

Actuaciones:

- Total libertad en cuanto a la afiliación de sindicatos de los empleados.
- Establecimiento de un procedimiento corporativo en relación a la explotación infantil “POG\_50 Código conducta preventivo explotación infantil”, mediante el cual se pretende informar tanto a clientes como a empleados.
- Respecto a la contratación de personal que tiene contacto directo con niños y de acuerdo a la nueva legislación vigente, ninguna persona puede ser contratada para trabajar con niños si no presenta un certificado actualizado de NO estar registrado/a en el fichero de delincuentes sexuales.
- Código ético y compromiso con el trabajo digno: El Código ético de Fuerte Group Hotels es de obligado conocimiento y cumplimiento para todos los empleados que forman parte de la empresa.
- Prohibición de la discriminación a cualquier trabajador por grupo social, sexo, religión o edad.
- Impulso a la participación y al trato justo.
- Eliminación de las condiciones de explotación externas mediante sistema de evaluación a proveedores justo.

Objetivos:

- Mediante el procedimiento corporativo mencionado “POG\_50 Código conducta preventivo explotación infantil” se pretende establecer los criterios y responsabilidades para definir un código de conducta específico ante posibles casos que pudieran detectarse en relación a la explotación infantil y sexual en el turismo y específicamente en los hoteles de la cadena, así como su prevención. Así, el principal objetivo será la prevención absoluta de incidencias en esta materia.

- Establecimiento de condiciones de seguridad laboral para reducir al máximo posible los accidentes en el trabajo. Para ello se propone el objetivo de mejorar cada año el índice de incidencias:

<b>ÍNDICE DE INCIDENCIAS*</b>		
	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Fuerte Marbella</b>	<b>8,18%</b>	<b>13,33%</b>
<b>Fuerte Conil - Costa Luz</b>	<b>5,19%</b>	<b>5,55%</b>
<b>Amàre Marbella (Fuerte Miramar)</b>	<b>5,22%</b>	<b>7,05%</b>
<b>Fuerte Grazalema</b>	<b>9,92%</b>	<b>0,0%</b>
<b>Fuerte El Rompido</b>	<b>8,84%</b>	<b>1,69%</b>
<b>Fuerte Estepona</b>	<b>13,19%</b>	<b>8,97%</b>
<b>FUERTE GROUP</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>

\*ÍNDICE DE INCIDENCIAS. Indica el número de personal con baja por cada millar de personal expuesto. Índice de incidencia = (Nº de accidentes con baja / total de la plantilla) x 1.000.000.

- El tercer objetivo propuesto se llevará a cabo a partir del uso del indicador de clima laboral. Fuerte Group Hotels realiza 2 veces al año encuestas de clima laboral en las que participa todo el personal y donde también se reciben sugerencias de todo tipo. Estas aportaciones ayudan a analizar los resultados y mejorar las condiciones laborales según las posibilidades existentes en cada momento. En este sentido la cadena se propone el objetivo de que todos los centros tengan un resultado mayor o igual al 80%. En la siguiente tabla se muestran los resultados obtenidos para el año 2015:

<b>RESULTADOS DEL CLIMA LABORAL</b>		
	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Fuerte Marbella</b>	<b>74,9%</b>	<b>77,4%</b>
<b>Amàre Marbella (Fuerte Miramar)</b>	<b>83,5%</b>	<b>80,1%</b>
<b>Fuerte Conil - Costa Luz</b>	<b>78,7%</b>	<b>79,9%</b>
<b>Fuerte Grazalema</b>	<b>87,6%</b>	<b>89,3%</b>
<b>Fuerte El Rompido</b>	<b>75,0%</b>	<b>77,6%</b>
<b>Fuerte Estepona</b>	<b>80,0%</b>	<b>79,1%</b>
<b>Oficinas Centrales</b>	<b>81,1%</b>	<b>82,4%</b>
<b>We Resolve</b>	<b>74,1%</b>	<b>76,2%</b>



- Mejora del indicador de permanencia media de los empleados:

**MEDIA DE PERMANENCIA (AÑOS)**

	2014	2015
<b>Fuerte Marbella</b>	<b>10,09</b>	<b>10,60</b>
<b>Fuerte Conil - Costa Luz</b>	<b>4,65</b>	<b>4,95</b>
<b>Amàre Marbella (Fuerte Miramar)</b>	<b>6,49</b>	<b>6,80</b>
<b>Fuerte Grazalema</b>	<b>6,37</b>	<b>6,8</b>
<b>Fuerte El Rompido</b>	<b>6,43</b>	<b>7,04</b>
<b>Fuerte Estepona</b>	<b>1,70</b>	<b>2,35</b>
<b>FUERTE GROUP</b>	<b>5,39</b>	<b>8,14</b>

Durante 2015 se ha conseguido mejorar el ratio de permanencia media de los empleados en la mayoría de los centros, lo cual incide directamente en el dato de estabilidad de la plantilla y en los beneficios que un equipo consolidado y con experiencia representan.

➤ **MEDIO AMBIENTE:**

**Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.**

**Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.**

**Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.**

El cuidado del medio ambiente es uno de los pilares básicos de la política de gestión de la organización, y requisito esencial para la toma de decisiones. En el caso de Forte Group Hotels se canaliza a través de la política de Responsabilidad Social Corporativa, que aboga por el reciclaje, el ahorro energético, la reducción de la contaminación y de la huella ambiental y, por la optimización continua de los resultados y la aplicación de nuevas medidas encaminadas a la protección de nuestro entorno.

Actuaciones:

- Mantenimiento del Sistema de Gestión Ambiental certificado según la normativa internacional ISO 14001.
- Evaluación ambiental de proveedores.
- Control exhaustivo de consumos energéticos y de agua y gestión de medidas sanitarias y de higiene.
- Uso de tecnologías respetuosas con el medio ambiente que fomenten el ahorro energético y la disminución de la contaminación:
  - Instalación de luces LED en zonas comunes de los establecimientos de forma progresiva, aunque ya se dispone en todos los hoteles de la cadena de una media de implantación que supera el 90%.
  - Instalación de detectores de presencia en diversos pasillos de Forte Marbella.
  - Instalación de cloradores salinos en las 3 piscinas que aún no disponían de ellos.
  - Aumento de la flota de bicicletas para alquilar en algunos establecimientos.
  - En nuestra [visita virtual](#) se pueden ver todas las medidas de sostenibilidad aplicadas por Forte Group Hotels en la que pueden encontrarse iconos que describen las mejoras aplicadas por la cadena en cada aspecto ambiental.
- Actividades educativas ambientales en los hoteles:
  - Participación en La Hora del Planeta
  - Actividades especiales para el Día Mundial del Medio Ambiente.
  - Ruta responsable y ruta botánica
  - Formación a los empleados en materia de sostenibilidad y RSC
  - Cartelería y papelería específica sobre nuestras medidas y recomendaciones para contribuir a un turismo sostenible.
- Proyecto de compensación de emisiones de CO2 de Forte El Rompido.
- Optimización del uso de papel en la oficina
- Plan de comunicación de nuestras medidas a los medios de comunicación, y a los clientes a través del blog y las redes sociales para dar una mayor difusión a las actuaciones del hotel en materia de turismo sostenible.

### Objetivos:

- Promoción de tecnologías más respetuosas con el medio ambiente, que fomenten el ahorro y la eficiencia energética:
  - Instalación de bombillas de tipo LED en ascensores y zonas comunes de los establecimientos que aún no dispongan de ellas.
  - Instalación de sistemas de apagado automático de luces en los ascensores de Forte El Rompido cuando no están en uso.
  - Instalación de una cortina de aire en la cámara fría de Forte Grazelema para disminuir la pérdida energética en la cámara fría.
  - Incorporación de un temporizador en las campanas de extracción de la cocina de Forte Grazelema.
  - Reducción del indicador de consumo energético por cliente en un 1%, así como el de gasóleo, propano y agua.
- Continua participación en actividades locales, regionales y mundiales que promuevan la sensibilización ambiental.
- Promoción del turismo sostenible y concienciación a través de la organización de cursos o foros en FFHH

### ➤ **ANTICORRUPCIÓN:**

**Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.**

Dado que Forte Group Hotels desarrolla gran parte de su actividad relacionándose con diferentes grupos de interés como Administraciones Públicas, clientes y proveedores, la cadena cuenta con un alto nivel de sensibilización en relación al cumplimiento la legislación española vigente, además de mantener mayores niveles de exigencia en diferentes ámbitos, como es el caso de las certificaciones que posee.

### Actuaciones:

- La política de compras del grupo prohíbe aceptar regalos o invitaciones de proveedores que puedan adquirir ventaja injusta ante otro proveedor de similares características.
- Las responsabilidades de gestión en lo referente a compras y seguimiento de la ejecución de los pedidos y contratos están debidamente establecidas en procedimientos internos.
- El departamento de Calidad evalúa constantemente la opinión de los clientes a partir de estudios de su satisfacción en encuestas y otros medios online, de manera independiente a la dirección y el resto de personal de la empresa para asegurar resultados completamente imparciales.

Objetivos:

- Superar el ratio de satisfacción anual de cliente de 2015:

Calidad	2014	2015
N° de opiniones sobre la cadena:	7.341	9.531
Índice de reputación online:	88,30%	89,20%
IPN (Índice de Promotores Netos)	47,04%	53,76%



Cuidamos de las **personas** y  
del **medio ambiente**