



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

El simple aleteo de una mariposa puede cambiar el mundo

Dice un proverbio chino que “el aleteo de una mariposa se puede sentir al otro lado del mundo”. Bajo esta filosofía se desprende que cualquier acto o decisión que llevamos a cabo puede cambiarlo todo. Por eso para Fuerte Hoteles ha sido siempre tan importante la protección del medio ambiente, la cultura y las personas a través de nuestra política de Responsabilidad Social Corporativa.

¿QUÉ HACES PARA CUIDAR DE TU ENTORNO?
TE CONTAMOS QUÉ HACEMOS NOSOTROS.



FUERTE HOTELES

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2013

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
CARTA DE LA PRESIDENTA Y GOBIERNO CORPORATIVO	3
1. QUÉ NOS HACE FUERTES	4
1.1. AUTORRETRATO	5
2. COMPROMISO RESPONSABLE	6
2.1. GRUPOS DE INTERÉS	7
2.2. RECONOCIMIENTOS RESPONSABLES 2013	8
2.3. VALORES: CÓDIGO ÉTICO	8
2.4. INICIATIVAS DE RSC	9
3. DESEMPEÑO ECONÓMICO	10
3.1. ENTREVISTA ÁREA ECONÓMICA	11
3.2. NUESTRA ESTRATEGIA DE RSC	12
3.3. MEDICIÓN DE LA CALIDAD	13
3.4. ENTREVISTA ÁREA CALIDAD	14
3.5. APOYO A PROVEEDORES LOCALES	15
3.6. SISTEMAS DE GESTIÓN	15
3.7. COMPROMISOS	16
3.8. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	17
4. DESEMPEÑO AMBIENTAL	18
4.1. INNOVACIÓN	19
4.2. MEDIDAS RESPONSABLES IMPLANTADAS	20
4.3. CONOCIENDO NUESTRO IMPACTO	26
4.4. OBJETIVOS AMBIENTALES	28
5. DESEMPEÑO SOCIAL	29
5.1. CONDICIONES SOCIOLABORALES	30
5.2. CLIMA LABORAL	31
5.3. FUNDACIÓN FUERTE	32
5.4. ENTREVISTA ÁREA SOCIAL	33
5.4. PROYECTOS SOCIOCULTURALES	34
6. CARTA DESPEDIDA	35
7. TABLA DE INDICADORES GRI	36

INTRODUCCIÓN

Por quinto año consecutivo presentamos la memoria de Responsabilidad Social Corporativa de Forte Hoteles, donde damos cuenta de nuestro desempeño económico, medioambiental y social correspondiente al ejercicio 2013.

Un año donde hemos puesto nuestros esfuerzos, más que nunca, en sensibilizar sobre la importancia que tiene la implicación de todos en la lucha por un mundo más sostenible.

Pequeñas acciones de cada uno de nosotros, tanto a nivel individual como empresarial, pueden suponer grandes cambios globales para la salud de nuestro medio ambiente. De ahí que hayamos decidido hacer nuestro el proverbio chino “el aleteo de una mariposa se puede sentir al otro lado del mundo”, como os adelantábamos en la portada de este documento.

Las mariposas son, además, excelentes bio-indicadores del estado de los ecosistemas naturales, ya que cualquier minúscula alteración natural supone un reflejo casi inmediato en su ciclo vital, lo que convierte a estos insectos alados en animales especialmente sensibles al cambio climático.

Por este motivo hemos decidido utilizar su imagen en este informe como insignia de la delicadeza con la que en Forte Hoteles cuidamos de nuestro entorno, y lo que esto supone para la concienciación de la sociedad donde operan nuestros establecimientos.

FUERTE HOTELES, 57 AÑOS PRACTICANDO UN TURISMO RESPONSABLE.

[Descubre aquí ediciones anteriores de la memoria de RSC de Forte Hoteles.](#)





CARTA DE LA PRESIDENTA

Estimados amigos,

Un año más tengo el honor de presentarles nuestro informe anual de Responsabilidad Corporativa correspondiente al año 2013, que da cuenta de los logros y prácticas de Fuerte Hoteles en pro de un Turismo Sostenible desde el punto de vista social, ambiental y económico.

Como podrán observar en esta memoria y a pesar de la situación económica que estamos viviendo, el pasado ejercicio seguimos invirtiendo en mejorar nuestro entorno tal y como viene siendo nuestro compromiso con la sociedad durante más de medio siglo.

Nuestra cadena, de capital 100% andaluz, volvió a entrar en el ranking de los 100 hoteles más sostenibles del mundo gracias al premio TUI Campeón Ambiental que cada año entrega uno de los mayores touroperadores de Europa. Un reconocimiento que avala una vez más nuestro modelo de gestión hotelera sostenible.

Ésta no ha sido la única alegría, ya que Fuerte El Rompido recibió el Premio Empresario del Año de Huelva dedicado a aquellas empresas que destacan por su gestión de la RSC. Este mismo hotel ha encabezado nuevas iniciativas importantes en materia ambiental como el lanzamiento del servicio de alquiler de coches eléctricos. De esta manera Fuerte Hoteles se ha convertido en la primera cadena andaluza en promover este modelo de movilidad sostenible.

Otra de las grandes líneas que recoge este documento es nuestro esfuerzo por comunicar y sensibilizar a la sociedad, hacer llegar el mensaje a nuestros grupos de interés de que un mundo más sostenible solo es posible con el esfuerzo de todos. Para ello, hemos puesto en marcha campañas de concienciación a través de diversos formatos, como podrá comprobar más adelante.

Quisiera recordar también el trabajo que hacemos desde la Fundación Fuerte por la inclusión de colectivos en riesgo de exclusión social, con especial incidencia en los niños, así como en la promoción de la cultura en nuestros destinos. Por último aprovecho para dar las gracias a nuestros trabajadores, por sus esfuerzos y por saber adaptarse a las circunstancias en momentos de crisis, siempre con una sonrisa para nuestros clientes.

Atentamente,

*Isabel Mª García Bardón,
Presidenta de Grupo El Fuerte*

GOBIERNO CORPORATIVO

El Consejo de Administración es el máximo órgano de gobierno de Fuerte Hoteles, formado por la familia Luque-García y encabezado por Doña Isabel García Bardón.

De esta manera le siguen como miembros del Consejo la mayoría de sus hijos: Isabel, José, Salvador, Victoria y Javier Luque García. Todos tienen derecho a voto en este órgano que se reúne trimestralmente y cuyas decisiones toman en consenso.

Bajo el Consejo de Administración se encuentra el órgano denominado Comisión Delegada formada por José, Salvador y Javier Luque, que se reúne semanalmente para el control de objetivos. A su vez, el Comité de Dirección Hotelero, formado por el director de cada área de Fuerte Hoteles, se encarga de ejecutar las líneas generales del plan estratégico.

COMITÉ DE DIRECCIÓN 2013

- > Dirección General y Comercial: **D. José Luque**
- > Director de Tecnologías de la Información: **D. Miguel Ángel López**
- > Director de Finanzas, Servicios Jurídico y Fiscal: **D. Antonio Fernández**
- > Directora de Recursos Humanos: **Dª María Ceballos**
- > Adjunto Director Comercial: **D. Javier Sevilla**
- > Director de Operaciones Hoteleras: **D. Alonso Aguilar**
- > Auditor Interno: **D. Jesús Sánchez**

1. QUÉ NOS HACE FUERTES

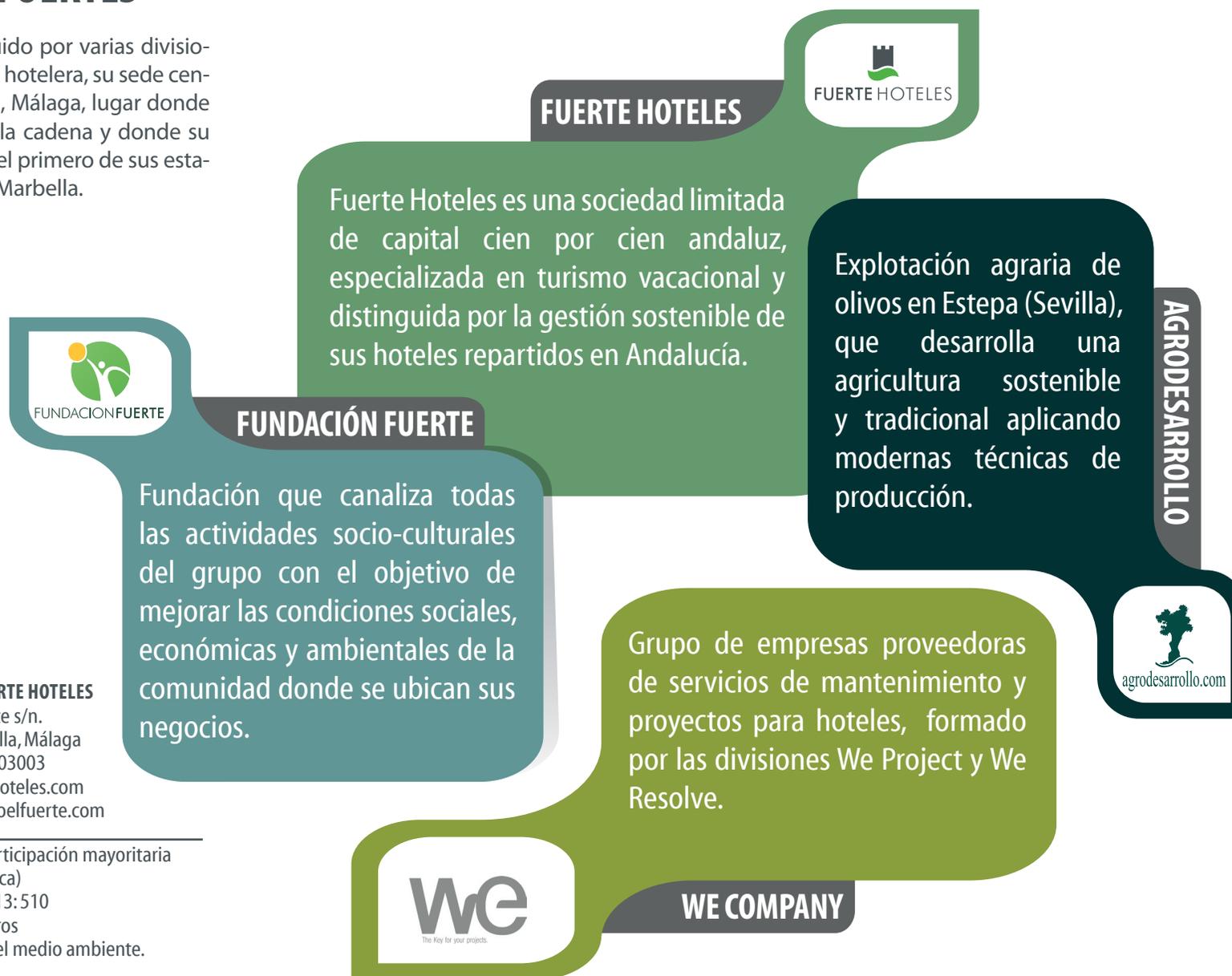
Grupo El Fuerte está constituido por varias divisiones. Liderada por su vertiente hotelera, su sede central se encuentra en Marbella, Málaga, lugar donde se ubican ya dos hoteles de la cadena y donde su fundador inauguró, en 1957, el primero de sus establecimientos, el hotel Fuerte Marbella.

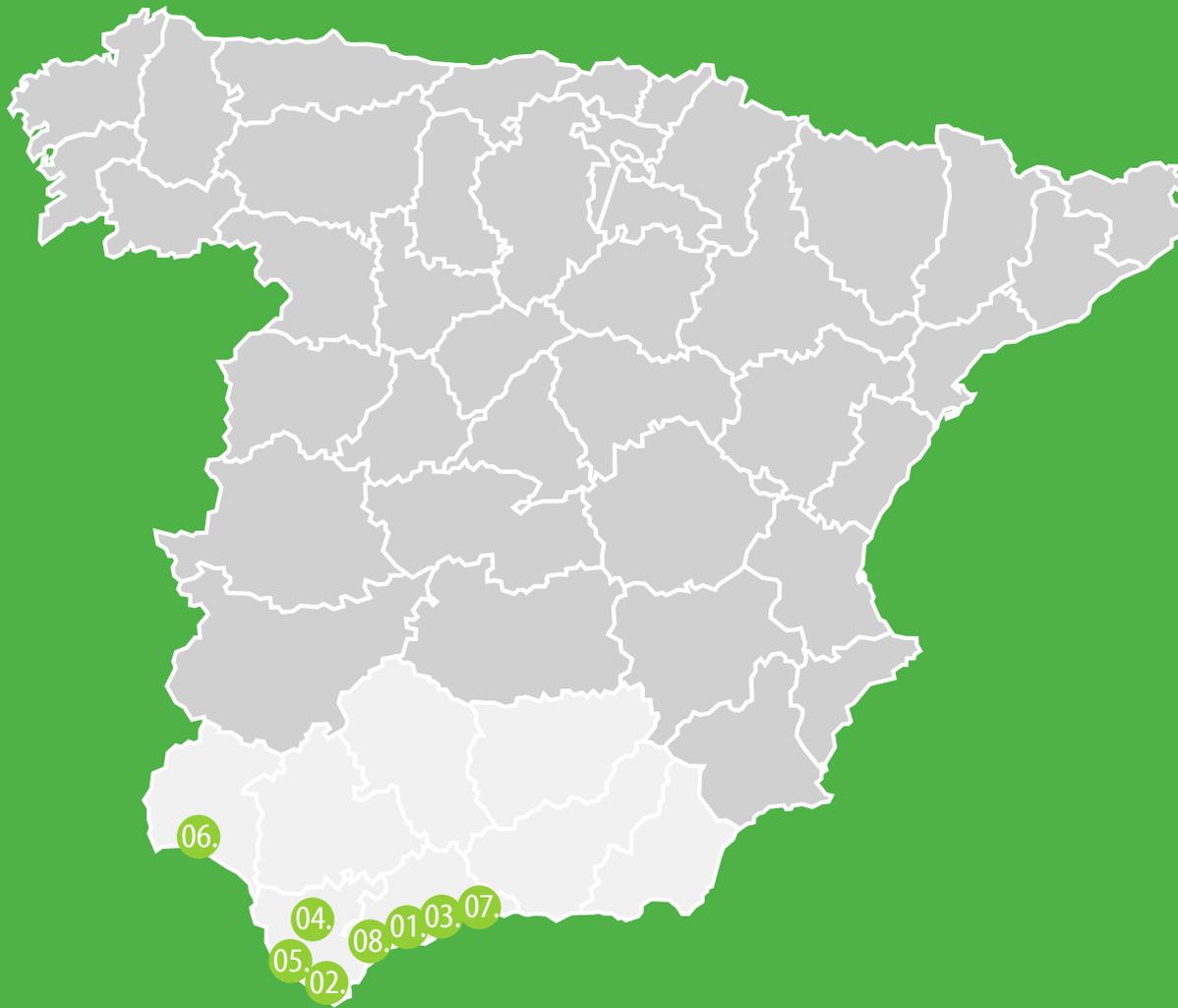


CENTRAL FUERTE HOTELES

Avda. El Fuerte s/n.
29602 Marbella, Málaga
Tel: +34 952903003
www.fuertehoteles.com
tecma@grupoelfuerte.com

Hoteles: 8 hoteles en Andalucía y participación mayoritaria de 2 hoteles en Montego Bay (Jamaica)
Nº medio de empleados durante 2013: 510
Facturación 2011: 36 millones de euros
Lema: Cuidamos de las personas y del medio ambiente.
Presidenta: Isabel Mª García Bardón
Consejo Delegado: José, Salvador y Javier Luque García





01. **1957** Fuerte Marbella (Marbella, Málaga)
Primer hotel vacacional español con certificación UNE-EN ISO 9001.
263 habitaciones. 4 estrellas
02. **1999** Fuerte Conil (Conil de la Frontera, Cádiz)
Primer hotel de España con Certificación de su Sistema de Gestión Integral de Calidad y Medio Ambiente.
250 habitaciones. 4 estrellas
03. **2001** Fuerte Miramar (Marbella, Málaga)
226 habitaciones. 4 estrellas
04. **2002** Fuerte Grazalema (Grazalema, Cádiz)
77 habitaciones. 4 estrellas
05. **2004** Fuerte Costa Luz (Conil de la Frontera, Cádiz)
219 habitaciones. 4 estrellas
06. **2005** Fuerte El Rompido (Cartaya, Huelva)
300 habitaciones. 4 estrellas
07. **2008** Fuerte Calaceite (Torrox-Nerja, Málaga)
87 apartamentos. 3 llaves
08. **2010** Fuerte Estepona (Estepona, Málaga)
210 habitaciones. 4 estrellas

1.1. AUTORRETRATO

 **57**
años de experiencia

 **7**
establecimientos hoteleros

 Más de
499.000
clientes

 Más de
500
empleados

 Una facturación de
39.862.000
euros

2. COMPROMISO RESPONSABLE

El compromiso con el medioambiente ha acompañado siempre la política de gestión de todas las empresas que forman parte de Grupo El Fuerte desde que hace más de 50 años su fundador, D. José Luque Manzano, abriese el primer hotel.

Entre las empresas hoteleras con mejor reputación en RSC de España

A nivel nacional, no existen aún demasiadas empresas que dediquen tantos esfuerzos a promover y mantener un comportamiento responsable, por lo que año tras año, vamos obteniendo reconocimientos a esta apuesta sostenible, que nos alientan a seguir manteniendo nuestro compromiso con la sostenibilidad.

Según la reputada revista especializada en hostelería "Hosteltur", en un listado realizado por la dirección de la Cátedra Nebrija-Santander de Responsabilidad Social Corporativa, Fuerte Hoteles se encuentra desde 2012 (año de publicación del estudio) entre los hoteles más sostenibles del mundo.

Nuestra estrategia de desarrollo sostenible

LO QUE SE PUEDE MEDIR, SE PUEDE GESTIONAR. Así definimos nuestra idea de RSC en la organización y así hemos conseguido lograr todos los retos sostenibles que nos venimos marcando a lo largo de nuestra historia.

Ser responsables es mucho más que una filosofía para Fuerte Hoteles. No se trata de palabras, sino de una realidad objetiva y claramente medible a través de indicadores de eficiencia de las iniciativas de gestión sostenible que se basan en tres principios fundamentales:

- > **Retorno a los orígenes.** Asegurar el mantenimiento y desarrollo de su entorno cultural y social.
- > **Reducción de la contaminación.** Una responsabilidad medible a través de indicadores del impacto ambiental de nuestra actividad, como la Huella Ecológica o de Carbono (entre otros).
- > **Gestión ética y transparente.** Lucha por una gestión ética y transparente, a través de la comunicación de resultados de satisfacción de clientes, de ambiente laboral y presupuestos.

NUESTRA 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).

NUESTRA 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 medio ambiente), con presencia en España.

2.3. VALORES: CÓDIGO ÉTICO

Teniendo siempre presente los principios del Código Ético Mundial para el Turismo de la Organización Mundial de Turismo (marco fundamental de referencia para el turismo responsable y sostenible), Fuerte Hoteles se ampara en las bases de su Código ético a través del cual se transmiten y promueven los valores fundamentales de la empresa tanto a clientes como a empleados y proveedores.

Principios:

1. Existimos para proporcionar satisfacción a nuestros clientes.
2. El valor fundamental de nuestra empresa son las personas.
3. Respetando el medio ambiente 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.



Acto de entrega de la 10ª edición de los premios empresarios del año de Huelva. Premio RSC al hotel Fuerte El Rompido



2.2. RECONOCIMIENTOS RESPONSABLES



Fuerte Conil-Costa Luz y Fuerte Grazalema, reconocidos entre los siete mejores hoteles de España con el **STUDIOSUS QUALITY AWARD**.



Los Apartamentos Fuerte Calaceite, galardonados por el **ZOOVER AWARD**. Son los propios usuarios del portal de viajeros Zoover los que entregan este premio a través de sus opiniones y comentarios.



PREMIO TOP HOTEL 2013, que el portal de viajeros HolidayCheck otorga a los hoteles más valorados por sus usuarios. Fuerte Conil-Costa Luz, reconocido como la mejor opción para alojarse en la Costa de la Luz.



Premio TUI UMWELT CHAMPION (CAMPEÓN AMBIENTAL) con el que el touroperador alemán reconoce a los establecimientos turísticos más comprometidos con el medioambiente del mundo. Otorgado a los hoteles Fuerte Conil, Fuerte El Rompido y Fuerte Marbella



TRAVELLIFE SUSTAINABILITY SYSTEM: GOLD LABEL AWARD. Medalla de oro en este sistema de sostenibilidad gracias a las medidas aplicadas por los hoteles Fuerte Conil, Fuerte El Rompido y Fuerte Marbella.



CERTIFICADO DE EXCELENCIA TRIPADVISOR. Fuerte Estepona, Fuerte El Rompido, Fuerte Marbella, Fuerte Miramar, Fuerte Conil-Costa Luz, Fuerte Calaceite y Fuerte Grazalema han recibido el certificado que reconoce a los establecimientos turísticos mejor valorados por los usuarios en el citado portal de viajes.



PREMIO RSC EMPRESARIO DEL AÑO DE HUELVA. Otorgado por la Federación Onubense de Empresarios (FOE) en colaboración con la Fundación CajaSol. Reconocimiento en la categoría "Aguas de Huelva", dedicada a aquellas empresas que destacan por su gestión de la Responsabilidad Social Corporativa.

2.4. ÍNDICE DE INICIATIVAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

1

▶ INICIATIVAS AMBIENTALES 

- > Construcción bioclimática y ambiental
- > Eficiencia energética
- > Manual de ahorro
- > Cálculo y seguimiento de la Huella Ecológica y Huella de Carbono
- > Gestión y separación de residuos en origen
- > Control de emisiones a la atmósfera
- > Control de vertidos
- > Política de compras con criterios sostenibles
- > Innovación 2013

- > Promoción de gastronomía local, ecológica y de temporada
- > Transparencia y comunicación:
 - > Información a clientes en recepción y web de Fuerte Hoteles sobre aspectos ambientales (consumos energéticos, Huella Ecológica y Huella de Carbono, etc.)
- > Programa de actividades responsables "Fuerte Experiencias"
- > Actividades de conservación del entorno
- > Promoción activa del desarrollo sostenible

CUIDAMOS DE LAS PERSONAS Y DEL MEDIO AMBIENTE 

Iniciativas más destacadas que han ayudado a resolver los desafíos ambientales propuestos.

2

▶ INICIATIVAS SOCIALES 

- > Cheque Matrimonio
- > Ayuda a la compra de libros escolares
- > Ayuda al pago de guardería
- > Formación continua
- > Anticipos y préstamos al personal
- > Descuentos en alojamiento y servicios de los hoteles de la cadena para empleados
- > Mejoras en la jubilación parcial
- > Gestión de la diversidad
- > Igualdad de género
- > Encuestas de clima laboral
- > Evaluaciones de desempeño y conversaciones de desarrollo

- > Proyectos sociales y culturales de la Fundación Fuerte
- > Integración de colectivos en riesgo de exclusión social
- > Gestión de redes sociales
- > Proyecto Euroresponsable

COMPROMETIDOS CON EL DESARROLLO LOCAL 

Ventajas sociales para los empleados de Grupo el Fuerte y herramientas para el desarrollo de sus acciones.

3

▶ INICIATIVAS ECONÓMICAS 

- > Programas y políticas de desempeño económico: buen gobierno
- > Aplicación de sistemas de gestión procedimentados
- > Identificación y diálogo con los grupos de interés
- > Aplicación de indicadores de sostenibilidad
- > Marketing responsable

- > Política y gestión de la satisfacción del cliente
- > Creación de alianzas con proveedores
- > Política de proveedores
- > Fomento y apoyo de proveedores locales
- > Comunicación transparente

DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ECONOMÍA EMPRESARIAL 

Medidas que conducen a la empresa a la consecución de sus objetivos económicos y posibilitan un desarrollo sostenible de la misma.

3. DESEMPEÑO ECONÓMICO

Para conseguir un modelo de desarrollo sostenible también en el ámbito económico, Fuerte Hoteles usa un modelo gestión de dirección por objetivos (dpo), que permite comparar y establecer resultados y oportunidades de mejora de forma continua y eficaz basándose en la explotación responsable de los hoteles.

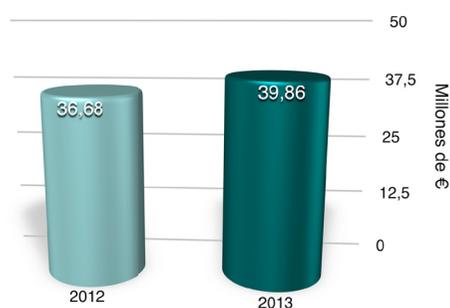
De esta manera, en el año 2013 ha conseguido incrementarse el importe neto de la cifra de negocios hoteleros y actividades complementarias en un 8,83% respecto al año anterior, pasando de 36,6 millones de euros en 2.012 a 39,8 millones de euros en 2.013. En cuanto al resultado antes de impuestos se ha mantenido en 5.7 millones de euros respecto al ejercicio precedente.

Fuerte Hoteles ha conseguido mantener su cuenta de resultados en 2013 tal y como vemos reflejado en el siguiente cuadro resumen:

Cuenta de resultados hoteleros y actividades complementarias en Fuerte Hoteles (miles de euros)		
	2012	2013
Importe neto de la cifra de negocios	36.687	39.862
Otros ingresos de explotación	1.339	1.846
Total ingresos	38.026	41.708
Aprovisionamientos	4.903	4.878
Gastos de personal	9.536	10.329
Otros gastos de explotación	12.343	16.134
Resultados por enajenaciones y otros resultados	135	472,8
EBITDA	11.109	10.839,8
Amortizaciones	4.803	5.162
EBIT	6.306	5.677,8
Resultado financiero	-559	-1,6
EBT (Resultado antes de impuestos)	5.747	5.676,2

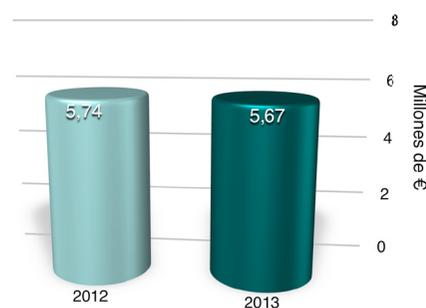
Resultados hoteleros y de negocios complementarios, con ingresos y gastos de todos los hoteles y apartamentos, a excepción de Fuerte Estepona (por su modalidad de gestión), que se incorpora en 2013.

IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS



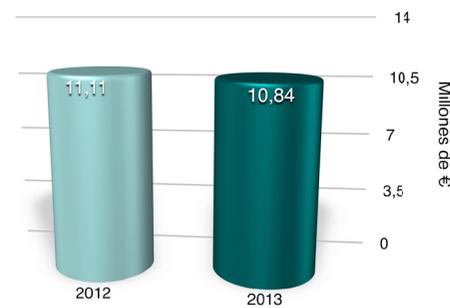
Incremento de la cifra de negocios o volumen de negocio de la empresa respecto al ejercicio anterior.

EBT (RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS)



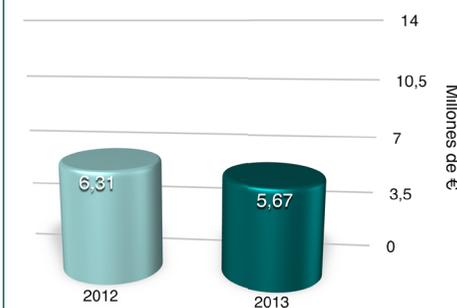
EBT: Earnings before taxes. Beneficios antes de impuestos.

EBITDA



EBITDA: son las siglas en inglés de Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations. Por tanto, se trata del resultado empresarial antes de: intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones productivas. El EBITDA mide la capacidad de la empresa para generar beneficios considerando únicamente su actividad productiva.

EBIT



EBIT: Earnings before interests and taxes. Beneficios antes de intereses e impuestos.

3.1. ENTREVISTA ÁREA ECONÓMICA



Antonio Jesús Fernández, *Director Financiero*

Antonio es economista y como Director Financiero trabaja al frente del área financiera del grupo El Fuerte desde hace más de veinte años, dando soporte a en todo lo referente a la gestión administrativa, contabilidad, finanzas, tesorería, tributos, auditoría, control de gestión y gestión de compras.

¿Qué supone para ti trabajar para Fuerte Hoteles?

El tiempo que llevo trabajando en la empresa lo dice todo. Llevo más de veinte años y nunca he sentido la necesidad de cambiar. Aquí he crecido personal y profesionalmente. En Fuerte Hoteles, a lo largo de estos años, siempre he encontrado un nuevo proyecto, un nuevo reto profesional ilusionante donde poder aprender, participar y aportar.

¿Cómo haces para que una cadena pequeña invierta económicamente tanto en objetivos de Responsabilidad Social Corporativa en plena crisis?

La crisis económica es un escenario que pone a prueba a todos los actores y saca a relucir lo mejor y lo peor de las empresas. Generalmente en este escenario los números pasan a ser lo importante y la RSC suele ser la mayor damnificada. Es cierto que no hay que olvidar que la base de cualquier compañía es la "responsabilidad económica". Sin rentabilidad no podemos hablar de RSC porque ninguna empresa subsistiría y ello ha obligado a realizar ajustes en casi todas las áreas de la empresa. También es cierto que muchas compañías no sólo han mantenido sus políticas de RSC sino que las han reforzado en plena crisis.

En nuestro caso, en Fuerte Hoteles, la RSC no es una moda a la que interesa seguir, las modas son pasajeras y la RSC forma ya parte de nuestra cultura, de nuestros valores. En la sociedad actual, el medioambiente, la ética y la responsabilidad social han cobrado tanto peso que, el hecho de que una empresa en su estrategia integre la RSC, supone un valor económico. A largo plazo le aporta valor de marca, reputación y le sitúa en una mejor posición en el mercado.

ELEMENTOS DIFERENCIALES DE FUERTE HOTELES

 **Trato familiar y cercano**

 **Ubicación**

 **Naturaleza**

 Hoteles cercanos a Espacios Naturales Protegidos y próximos a cascos históricos de las ciudades

 260 Kms de costa con 76 playas

 **Responsabilidad Social Corporativa**

 Gastronomía autóctona, saludable y ecológica

 Cultura y ocio

 Tradiciones populares

 Prácticas deportivas en contacto con la naturaleza

 Hoteles Responsables con una política de Responsabilidad Social Corporativa integrada en todas sus acciones

 Programa 'Fuerte Experiencias' Actividades complementarias que harán de la estancia de nuestros huéspedes una experiencia única.

 **Desayunos de calidad**



3.2. NUESTRA ESTRATEGIA DE RSC EN DOS PALABRAS: TURISMO RESPONSABLE

Tomando como referencia la definición de desarrollo sostenible del Informe Brundtland, la Organización Mundial de Turismo define el turismo sostenible (o responsable) de la siguiente forma:

“El desarrollo del turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales, estéticas y éticas al mismo tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida.”

Esta definición teórica de una estrategia de desarrollo turístico persigue el equilibrio entre los impactos económicos, socioculturales y ambientales de la actividad turística, y es ésta la base de todas las políticas de gestión que se llevan a cabo en la empresa. Por eso, los hoteles de la cadena se denominan Hoteles Responsables.

3.3. MEDICIÓN DE CALIDAD

PRIMER OBJETIVO: CUMPLIR LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE

01 SATISFACCIÓN DE CLIENTES

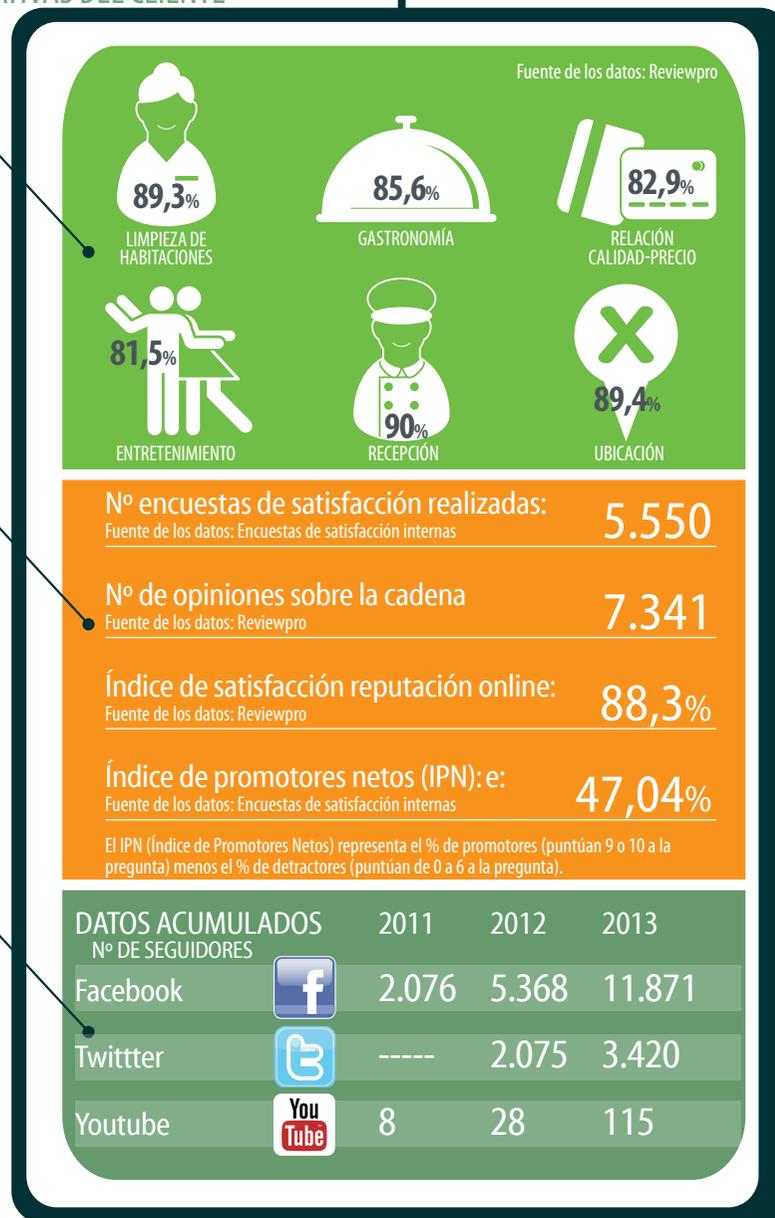
- Encuestas online tras el check-out
- Reputación online (comunidades de viajeros, webs especializadas, redes sociales, etc.)
- Auditorías 'Mystery Guest'

02 HERRAMIENTAS DE CONTROL DE CALIDAD

Con el apoyo de herramientas informáticas y auditorías presenciales se consigue tomar el pulso real del estado del sistema de gestión de la empresa. Además, al realizarse de manera constante, permite tener un control fiable y disponer de un tiempo de respuesta más rápido ante cualquier posible desviación detectada.

03 COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

Usadas como una vía más de comunicación y contacto, las redes sociales representan una fuente muy rica para el diálogo diario e instantáneo con los clientes y seguidores de la marca Fuerte Hoteles. Esta estrategia de comunicación consigue ya en 2013 una comunidad de más de 10.000 seguidores y continua en progresivo ascenso.



CLIENTES SATISFECHOS. EN 2013, HEMOS CONSEGUIDO INCREMENTAR LA REPUTACIÓN ONLINE DE LA CADENA DE 85,60% A **88,3%**



La razón de ser de esta empresa reside en conseguir los más altos niveles de satisfacción de clientes, es por esto, que año tras año se trata de ajustar al máximo el sistema de gestión de la calidad para poder alcanzar los objetivos más ambiciosos respecto a la impresión que los huéspedes tienen de nosotros.

3.4. ENTREVISTA ÁREA DE CALIDAD



M^a José Fernández, Técnico de Calidad de Fuerte Hoteles

María José lleva 11 años trabajando para Fuerte Hoteles en el Departamento de Calidad. Su trabajo supone una importante responsabilidad para la cadena, ya que consiste en asegurar la satisfacción del cliente. Gestionar las quejas, sugerencias, identificar los puntos fuertes, los débiles y saber buscarle una solución. En definitiva es la encargada de recibir la retroalimentación de los huéspedes, sus necesidades y expectativas respecto a la calidad de los servicios de la cadena.

¿Qué supone para ti gestionar la Calidad en Fuerte Hoteles?

Transmito y canalizo el 'sentir' de los clientes a Dirección. Pertenezco a una empresa cuya filosofía es cuidar de las personas y del medio ambiente, por lo que la calidad está presente en todos los servicios que ofrecemos al cliente. Es una tarea bonita, aunque complicada, pero me genera mucho orgullo recibir cada día comentarios y encuestas de clientes satisfechos, que nos escriben para agradecerarnos el trato recibido.

¿Qué supone la Calidad para Fuerte Hoteles?

Nuestros clientes son cada vez más exigentes, y en muchas ocasiones vienen atraídos por nuestras políticas de Responsabilidad Social Corporativa. Vamos más allá de ofrecerles comida y cama, queremos ofrecerle una experiencia vacacional perfecta, que se vayan felices y con muchas ganas de volver. Ese es nuestro mayor objetivo.

¿Cómo perciben los clientes el servicio de Fuerte Hoteles?

Los clientes de Fuerte Hoteles valoran mucho el trato familiar y cercano de nuestros empleados, esta percepción es un valor que se ha consolidado como uno de los principales atributos de la cadena.

Este sentir los convierte en clientes fieles; hace un tiempo pusimos en marcha la campaña promocional 'Yo repito con Fuerte Hoteles' a través de video entrevistas de nuestros propios clientes. Esta iniciativa surgió de la identificación de comentarios de los huéspedes asegurando que estaban tan contentos con su estancia que repetirían con nosotros. Valga la redundancia, es un comentario muy muy repetido en nuestros canales. Y es un hecho que se ha venido dando a lo largo de estos años en Fuerte Hoteles, parejas y familias que vienen cada año a pasar sus vacaciones con nosotros.

**IMPORTE
COMPRAS LOCALES
(ALIMENTACIÓN Y BEBIDA)**



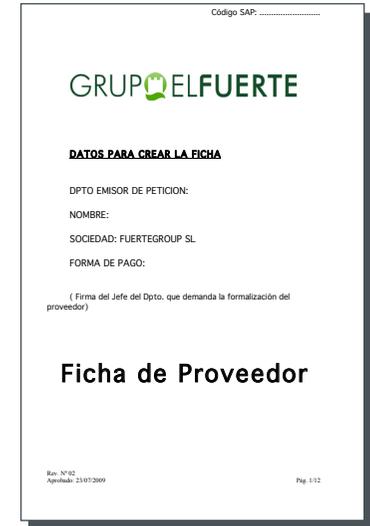
3.5. FOMENTO Y APOYO A PROVEEDORES LOCALES

Todos los proveedores del grupo deben firmar y aceptar las condiciones que establecen las políticas de proveedores y de compras corporativa; por lo que cualquier empresa proveedora del grupo acepta, al formar parte de la base de proveedores de Grupo El Fuerte, una serie de requisitos ambientales y éticos desde el principio.

Así, en el apartado 4 del procedimiento de compras corporativo denominado "Compras para las operaciones hoteleras", se expone la siguiente cláusula que alude principalmente a la importancia de dar prioridad siempre que sea posible a los proveedores de origen local:

Se promoverá la compra a proveedores locales de forma que al menos el 50% del volumen total por cada centro se realicen a estos. Se reportará anualmente al departamento de Calidad en la evolución de este índice.

Por otro lado, en la ficha de proveedores, también existe una página de condiciones ambientales para proveedores de mercaderías y otros servicios. Este documento se convierte en requisito indispensable debido al compromiso de Fuerte Hoteles con el medio ambiente.



Documento de inscripción y control de proveedores donde se exponen los requisitos ambientales que deben firmar y aceptar las empresas proveedoras del grupo.



3.6. SISTEMAS DE GESTIÓN

Fuerte Hoteles ha recibido un año más, por parte de la prestigiosa entidad de certificación AENOR, el que garantiza que la filosofía con la que se trabaja en todas las instalaciones del grupo promueve la protección de la naturaleza y lucha por reducir los impactos ambientales. Este certificado atestigua que el grupo optimiza los recursos ambientales, además de posicionar a Fuerte Hoteles como una cadena innovadora y productiva.

Además, en integración con el sistema de gestión ambiental, todos los hoteles de la cadena mantienen un sistema de gestión de la calidad basado en la normativa UNE-EN ISO 9001, que comprende un estudiado paquete de procedimientos y que determina que la organización proporciona de forma responsable y organizada los productos y servicios que satisfacen las necesidades del cliente sin dejar de lado los reglamentos pertinentes.

3.7. COMPROMISOS

01. MEMORIA RSC

Ya desde hace varios años, Fuerte Hoteles ha considerado necesario expresar y comunicar de manera ordenada sus avances e iniciativas en materia de RSC, con el objeto de transmitir y trasladar fuera de los límites de la empresa toda su labor responsable. De esta manera, se posiciona un año más como la única cadena hotelera con sede en Andalucía en presentar un estudio de estas características, alcanzando la presente edición su quinto año consecutivo.

Por ello, la memoria de RSC representa una herramienta más de comunicación, añadida a las diferentes vías más tradicionales que ya se venían utilizando, la cual trata de reflejar de forma gráfica y no demasiado extensa la esencia y una de las partes más diferenciadoras que hacen de esta cadena hotelera un grupo pionero en esta materia.

02. TRAVELIFE SUSTAINABILITY SYSTEM



Fuerte Hoteles forma parte de este sistema de sostenibilidad desde su primer año de vida. Tres hoteles de la cadena (Fuerte Conil - Costa Luz, Fuerte Marbella y Fuerte El Rompido) cuentan con la distinción "Gold Award" que se otorga anualmente desde el año 2011.

El cumplimiento de sus requisitos y la consecuente adaptación de sus constantes recomendaciones consiguen que el modelo de sostenibilidad aplicado siga en constante evolución, cumpliendo y convirtiéndose sobre la marcha en un gran apoyo para la premisa de mejora continua y en progresión.

03. ISO 14001

Partiendo del mayor conocimiento de las necesidades de un cliente cada vez más concienciado con el medio ambiente, la certificación del sistema de gestión ambiental basado en la normativa ISO 14001 asegura y da soporte a una serie de cumplimientos que velan por el respeto al entorno y por tratar de mejorar la eficiencia de todos los procesos.



04. 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 y centrada en ayudar a personas en riesgo de exclusión social, la organización de eventos culturales y campañas de concienciación ambiental.



3.8. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA EL PRÓXIMO AÑO EN EL ASPECTO ECONÓMICO: RETOS



I. ORIENTACIÓN AL BENEFICIO

1. Mejorar la gestión de precios y la disponibilidad en todos los canales.
2. Aumentar las ventas en habitaciones y extras.
3. Reforzar la eficiencia de gastos de estructura y costes operativos de los hoteles.

II. DESARROLLO DEL TALENTO

1. Facilitar una mayor realización e implicación personal.
2. Potenciar el papel de la evaluación del desempeño.
3. Mejora del liderazgo, del trabajo en equipo y potenciar las conductas éticas y responsables
4. Estimular el papel del líder como modelo de conducta ética.

III. ORIENTACIÓN AL CLIENTE

1. Mejorar los niveles de servicio, trato y comunicación con clientes.
2. Conseguir una mayor captación, fidelización y recomendación de clientes.
3. Mayor conocimiento de aquellos aspectos que el cliente actual realmente valora.

IV. COMUNICACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. Comunicar más y mejor de manera interna y externa los temas relacionados con la RSC.
2. Elevar el tráfico a nuestra página web.
3. Implementar la notoriedad on line (reputación+posicionamiento) para aumentar la conversión.
4. Conseguir un mayor reconocimiento de marca en el ámbito de la RSC.

Vista panorámica del hotel Forte El Rompido



4. DESEMPEÑO AMBIENTAL APOSTAR POR UNA GESTIÓN SOSTENIBLE ES INVERTIR EN FUTURO.

Nuestro entorno ambiental forma parte de nosotros mismos. Respetarlo es velar por nuestro legado y cuidar de él es una responsabilidad.

Sin duda el paso del tiempo está obligando no solo a los hoteles y al resto las empresas a cambiar hacia un comportamiento sostenible, sino que ya desde hace un tiempo se ha convertido en un imperativo social.

Las buenas prácticas sostenibles ya no solo se encuentran en ciertos movimientos puntuales, sino que, afortunadamente, están pasando a ser parte de nuestro día a día.

Esto hace mucho más sencillo que el sector hotelero aplique principios sostenibles a su forma de operar, y para un grupo hotelero como Fuerte Hoteles, que viene desempeñando formalmente este cometido desde 1997, este desempeño que tiene base en su Política ambiental puede resumirse en 4 puntos clave:

- Prevención de la contaminación
- Mejora continua
- Cumplimiento de la legislación y otros requisitos
- Información y transparencia sobre los resultados e innovaciones ambientales



CARTELERÍA AMBIENTAL

En el presente año, ha supuesto un reto para los hoteles el reforzar la concienciación, tanto a clientes como a empleados, de la cultura del ahorro. Por ello, se han creado y dispuesto a lo largo de todos los hoteles, y en sus diferentes zonas comunes, la siguiente cartelería ambiental:

1. **Viaja en verde** (recomendaciones para no dejar huella en el entorno natural).
2. **Camina hacia la luz... eficiente** (recomendaciones para ahorrar luz).
3. **Cada gota cuenta** (recomendaciones para ahorro de agua).
4. **¿Eres del club de las tres R?** (información acerca del reciclaje en Fuerte Hoteles).
5. **Piscina libre de cloro industrial** (información acerca de la cloración salina natural de nuestras piscinas).

4.1. INNOVACIÓN

02

CONCURSO RSC EN FACEBOOK

Fuerte Hoteles puso en marcha en 2013 un concurso de interacción con sus usuarios en Facebook y Twitter para dar a conocer su vídeo-creación sobre Turismo Responsable. El objetivo fue difundir sus medidas y prácticas ambientales de manera amena para poder concienciar al máximo posible de público.

04

CONCURSO DE HISTORIAS PARA EMPLEADOS

Uno de los pilares de Fuerte Hoteles es la calidad de su equipo humano gracias a su motivación e implicación. Por eso decidimos darles espacio en nuestro blog a través de un concurso de 'Story Telling', donde compartieron las anécdotas más divertidas que han vivido con los clientes. Nuestros trabajadores tienen muchas historias felices que contar.

06

PARTICIPACIÓN EN LA HORA DEL PLANETA WWF

Fuerte Hoteles se apagó durante La Hora del Planeta por un mundo más sostenible el 23 de marzo de 2013. La cadena se sumó así a la iniciativa de WWF, la mayor campaña de movilización ciudadana en defensa del medio ambiente con el objetivo de concienciar sobre la importancia del ahorro energético.

08

UNA FELICITACIÓN DE NAVIDAD MUY 'PERSONAL'

El año pasado desde Fuerte Hoteles quisimos felicitar la Navidad de una manera muy especial, con casi un centenar de nuestros trabajadores como protagonistas del vídeo '3 motivos para sonreír', ya que son ellos los que hacen que los huéspedes se vayan felices después de alojarse en nuestros hoteles. [VER VÍDEO.](#)



01

01

CONFERENCIA TUI AMBIENTAL PAÍSES BAJOS

El hotel Forte Conil-Costa Luz acogió en mayo de 2013 unas jornadas sobre Turismo Sostenible organizadas por el touroperador TUI con el objetivo de dar a conocer sus beneficios, centrándose sobre todo en el uso y fomento de energías renovables en alojamientos turísticos.



03

ENEBRO COSTERO

El hotel Forte El Rompido promovió durante 2013, previa solicitud a la junta de Andalucía, la plantación del enebro costero en sus instalaciones. Se trata, junto con el pinsapo, de la única especie vegetal que tiene un programa de conservación propio en la flora andaluza debido a su delicada situación en peligro de extinción.



05

COCHE ELÉCTRICO

El hotel Forte El Rompido pone en marcha un servicio pionero de alquiler de coches eléctricos para sus huéspedes. Fuerte Hoteles se convierte así en la primera cadena en promover en Andalucía este modelo de movilidad sostenible y no contaminante, una iniciativa que se une al ya existente punto de recarga para coches eléctricos de Marbella.



07

SLOW MARKET

El hotel Forte El Rompido apuesta por el impulso del comercio local con la organización de un Slow Market en sus instalaciones. Este mercado acoge exposiciones y talleres artesanales donde los artistas muestran sus creaciones realizadas bajo la filosofía del Slow Living.

09

VIDEO-CREACIÓN 'RESPONSABLE'

Producción y lanzamiento de un vídeo sobre Turismo Responsable con el objetivo de sensibilizar sobre la importancia del cuidado del Medio Ambiente tanto a los huéspedes como a la sociedad en general a través de las prácticas ambientales puestas en marcha por Fuerte Hoteles. Este vídeo se encuentra en el primer canal de todas las habitaciones de los establecimientos de la cadena. [VER VÍDEO.](#)



4.2. MEDIDAS RESPONSABLES IMPLANTADAS EN FUERTE HOTELES: FACHADA

ENERGÍAS RENOVABLES

Todos nuestros hoteles poseen placas solares que nos permiten calentar el agua de las habitaciones y de las piscinas climatizadas utilizando la energía del sol. Gracias a este sistema logramos reducir el consumo de combustibles como propano y ser más eficientes.

IMPERMEABILIZACIÓN 100% ECOLÓGICA

Nuestras instalaciones están construidas utilizando un sistema de impermeabilización ecológico en la cimentación. De esta forma se evita el uso de productos de construcción poco respetuosos con el medio ambiente y trasladamos la sostenibilidad al ámbito de la edificación.

PINTURAS MINERALES

En las fachadas de nuestros hoteles utilizamos pinturas minerales fabricadas a base de silicatos (elementos naturales) en lugar de pinturas plásticas, más perjudiciales para el medio ambiente. Además de

no contener elementos nocivos, las pinturas minerales tienen una gran duración, por lo que se reduce el uso de recursos materiales.

HUELLA DE CARBONO

Uno de los indicadores que empleamos en la integración de la sostenibilidad en nuestra actividad, es el cálculo de la huella de carbono de nuestras instalaciones. A través de ella conocemos la cantidad de CO₂ emitida en nuestros hoteles por cliente, por lo que podemos realizar cambios para reducirla y disminuir nuestro impacto ambiental.

COCHES ELÉCTRICOS

Desde Forte Hoteles apostamos por el transporte sostenible por lo que, en nuestras instalaciones de El Rompido se puede alquilar un coche eléctrico para disfrutar de la estancia y visitar todos los rincones de la zona, y en hotel Forte Marbella, tenemos un punto de recarga a tu disposición.

PRODUCTOS DECORATIVOS ARTESANALES

En la decoración de nuestras instalaciones tratamos de incorporar artículos de decoración artesanales, adquiridos a artistas locales que trabajan de forma sostenible, gracias a lo cual, fomentamos el desarrollo económico de los pequeños productores en detrimento de las grandes superficies.

FOMENTO DE TRANSPORTES ECOLÓGICOS

En nuestros hoteles disponemos de un servicio de alquiler de bicicletas para nuestros huéspedes, y gran variedad de rutas de senderismo para realizar actividades diferentes. Queremos fomentar el turismo sostenible y por ello te proponemos rutas muy variadas en los distintos entornos naturales en los que se encuentra nuestras instalaciones.

*Respira...
hotel integrado con el entorno*



Descansa, naturalmente

4.2. MEDIDAS REONSABLES IMPLANTADAS EN FUERTE HOTELES: **HABITACIÓN**

ENERGÍAS RENOVABLES

Todos nuestros hoteles poseen placas solares que nos permiten calentar el agua de las habitaciones y de las piscinas interiores.

LUMINARIAS DE BAJO CONSUMO

Estamos sustituyendo las bombillas convencionales por bombillas tipo LED y de bajo consumo, cuya vida útil es mayor, utilizando mucha menos energía. ¡En Fuerte Hoteles hemos disminuido en un 15% el consumo medio de energía con este cambio!

CONTROL DE CONSUMOS ENERGÉTICOS

Hacemos seguimiento diario a los consumos energéticos de los hoteles, principalmente de energía eléctrica, combustibles (propano y gasóleo) y agua. Gracias a ello, se puede generar un Plan de ahorro de energía y optimizar los consumos en cada caso, logrando ser más eficientes.

REGULADORES DE TEMPERATURA

Su instalación en cada habitación, nos permite ser eficientes en el uso de la climatización y establecer una temperatura límite que, al ser alcanzada, desconecte de forma automática la calefacción.

SENSORES DE DESCONEXIÓN AUTOMÁTICA

En nuestra apuesta por la eficiencia energética, hemos instalado este sistema inteligente en las habitaciones que apaga de forma automática el aire acondicionado cuando detecta que hemos abierto una ventana.

SISTEMA AUTOMÁTICO CON TARJETA

Este sistema permite que no haya electricidad en la habitación hasta que se ponga la tarjeta en el dispositivo. Así nos aseguramos de que todas las luces se apagan cuando la habitación está vacía, evitando el consumo innecesario de energía.

DOBLE ACRISTALAMIENTO

Hemos instalado ventanas exteriores con doble acristalamiento y vidrios termoacústicos en nuestros hoteles. Esto nos permite mantener una temperatura estable en las instalaciones y reducir el consumo energético. Además, logramos aislar las habitaciones del ruido exterior, lo que contribuye a mejorar el confort de nuestros huéspedes durante su estancia.

COMPRAS DE EQUIPAMIENTOS EFICIENTES

La adquisición de equipamientos para nuestras instalaciones siempre se lleva a cabo teniendo en cuenta las características de sostenibilidad de los proveedores y de los productos que vamos a adquirir. Queremos que nuestro compromiso con el medio ambiente esté presente en todos los ámbitos de nuestros hoteles.

LUZ NATURAL

Las habitaciones de nuestros hoteles están diseñadas de manera que permitan la máxima entrada de la luz solar exterior. Gracias a ello, logramos evitar el uso excesivo de la luz artificial y la climatización en nuestras habitaciones, haciendo uso de un recurso natural como la luz del sol.

ROPA DE CAMA

Cada día, cuando limpiamos la habitación de nuestros huéspedes, estos tendrán la opción de reutilizar la ropa de cama o solicitar otra nueva. Si así lo requieren, la cambiaremos, pero animamos a todos nuestros clientes a reutilizarla, porque así contribuirán a un ahorro de agua de entre el 20% y el 30%, y nos ayudarán a proteger el medio ambiente.

PRODUCTOS DE LIMPIEZA

La mayoría de los detergentes y productos de limpieza que empleamos en el mantenimiento de nuestras instalaciones, son ecológicos o están certificados por un sistema de gestión ambiental. Así nos aseguramos de que han sido fabricados utilizando criterios de eficiencia y de reducción de la contaminación.

INFORMACIÓN SOBRE AHORRO ENERGÉTICO

En nuestro hotel podrás encontrar etiquetas y carteles en diferentes zonas, que indican las medidas y buenas prácticas que llevamos a cabo para disminuir nuestro consumo energético y ser más eficientes día a día.



Cada gota cuenta

4.2. MEDIDAS REONSABLES IMPLANTADAS EN FUERTE HOTELES: BAÑOS

CISTERNAS DE DESCARGA PARCIAL

Nuestra preocupación por el uso eficiente del agua, nos ha llevado a la instalación de cisternas de doble pulsador en nuestras instalaciones. Gracias a este sistema se puede ahorrar hasta 3 litros de agua cada vez que se pulsa el botón de media descarga. Con ello se consigue un consumo más eficiente. Ya hemos conseguido ahorrar cada año más de 1.500.000 litros de agua, con los que llenamos la mitad de las piscinas de Forte Hoteles con este ahorro.

SISTEMA DE DESCALCIFICACIÓN

Disponemos de sistemas de descalcificación del agua que aseguran la calidad de ésta y evitan el deterioro de las tuberías y la acumulación de cal. Por otra parte, la eliminación de la cal contribuye a aumentar la duración de nuestros electrodomésticos y sistemas de climatización, permitiéndonos ser más eficientes.

CONSEJOS DE AHORRO

Nuestros baños y aseos disponen de cartelería donde informamos sobre medidas de ahorro de agua: cerrar bien los grifos, pulsar el botón de descarga parcial de la cisterna, cerrar el grifo mientras nos enjabonamos y muchos otros detalles que se pueden aplicar también en casa para conseguir un consumo más eficiente.

ECONOMIZADORES DE AGUA

Hemos instalado economizadores de agua en los grifos de nuestras instalaciones para reducir el gasto de agua y lograr un consumo más racional de este recurso.

TOALLAS

Cada día, cuando limpiemos el baño de la habitación, el cliente tendrá la opción de reutilizar tus toallas o solicitar unas nuevas. Si las deposita en el suelo, sabremos que quiere que las cambiemos por otras, por eso animamos a reutilizarlas para contribuir a un ahorro de agua de entre el 20% y el 30%.

REDUCCIÓN DE EMBALAJES

Para evitar la generación excesiva de residuos, hemos reducido todo lo posible los embalajes en los distintos artículos disponibles en los baños, o los hemos sustituido por otros biodegradables. Además hemos instalado dispensadores de gel y champú, que se rellenan de forma periódica, evitando los pequeños envases.

CONTROL CALIDAD DEL AGUA

En nuestras instalaciones nos aseguramos que el agua es adecuada para todos los usos a través de controles periódicos de calidad, certificando el bienestar de nuestros huéspedes.



4.2. MEDIDAS REONSABLES IMPLANTADAS EN FUERTE HOTELES: EXTERIORES

VENTILACIÓN NATURAL

Nuestras instalaciones disponen de amplios patios y zonas verdes que permiten ventilar las estancias de forma natural y evitan el uso excesivo de la climatización artificial, y un elevado consumo energético.

USO DE LUCES CREPUSCULARES

En nuestros jardines y zonas exteriores disponemos de luces que se encienden de forma automática con la caída del sol, y se apagan cuando hay luz natural. Así ahorramos energía y sólo iluminamos el exterior de las instalaciones cuando es necesario por la ausencia de la luz del sol.

SISTEMAS DE RIEGO POR GOTEO

En Fuerte Hoteles, utilizamos los sistemas de riego más eficientes para el mantenimiento de nuestras plantas y jardines, por goteo y microaspersión. Así proporcionamos a nuestras plantas sólo el agua que necesitan, evitando el derroche y gasto innecesario de este recurso.

USO DE FITOSANITARIOS CONTROLADO

En el cuidado de nuestras zonas verdes y jardines, trataremos de evitar, siempre que sea posible, el uso de abonos químicos, plaguicidas y herbicidas. Nuestra intención es cuidar de forma natural nuestras plantas por lo que el uso de productos fitosanitarios se producirá sólo cuando sea estrictamente necesario.

SISTEMAS DE CLORACIÓN ECOLÓGICA

En el mantenimiento de nuestras piscinas utilizamos sistemas de electrólisis salina. Por ello utilizamos sal mineral en lugar de pastillas de cloro para mantener limpia el agua. Así evitamos las molestias habituales producidas por ese tipo de productos y fomentamos el uso de productos naturales, que son igualmente eficaces, a la vez que disminuimos los residuos peligrosos que se generan.

RECOGIDA SELECTIVA DE RESIDUOS

Cada año reciclamos una media de más de 2.500 kg de papel y cartón, más de 3.500 kg de vidrio y 1.100 kg de envases y plásticos, en cada hotel. Además, reciclamos un promedio de más de 470 litros de aceite de cocina que se convertirán en biodiesel, reutilizamos los restos de poda para hacer compost y depositamos las pilas usadas en contenedores especializados.

SUELOS DE BARRO

Disponemos de suelos de barro en las estancias de nuestros hoteles, ya que son más estables frente a los cambios de temperatura que se producen a lo largo del año, manteniéndose frescos en verano y cálidos en invierno. Esto también nos permite reducir el uso de la climatización y las emisiones indirectas.

REDUCCIÓN DE ZONAS ASFALTADAS

Para mejorar la estancia de nuestros huéspedes, hemos

decidido reducir las zonas asfaltadas y sustituirlas por zonas verdes por las que nuestros clientes puedan pasear, y que resulten más agradables y propias del entorno natural que queremos recrear para nuestros hoteles.

XEROJARDINERÍA

En nuestros jardines puedes encontrar especies de plantas autóctonas, adaptadas al clima de la zona, que no requieran tanto riego y cuidados como las especies propias de otras zonas climáticas. Por otra parte, plantamos especies que se encuentran en peligro de extinción para contribuir a su conservación y fomentar su conocimiento entre nuestros huéspedes.

ARQUITECTURA TRADICIONAL

La mayoría de nuestros hoteles están contruidos siguiendo el estilo arquitectónico de la zona en la que se encuentran, para integrarse en el paisaje y promocionar la arquitectura tradicional andaluza de estos lugares.

INTEGRACIÓN EN LA ZONA

Otra característica de nuestros hoteles es su integración en el emplazamiento en el que están situados. Tratamos de minimizar al máximo el impacto paisajístico provocado por las instalaciones, y plantamos especies vegetales autóctonas para que formen un conjunto en armonía con el paraje en el que se ubican.

OFERTA CULTURAL LOCAL

Queremos animar a nuestros huéspedes a que conozcan y disfruten de todas las actividades culturales de las zonas donde se encuentran nuestros hoteles, a través de las diferentes exposiciones, conciertos y fiestas populares que se celebran.

EXCURSIONES Y ACTIVIDADES

En nuestros hoteles ofertamos a nuestros huéspedes diversas actividades y excursiones respetuosas con el medio ambiente, para que puedan disfrutar de su estancia y conocer la zona.



ELECTRODOMÉSTICOS DE BAJO CONSUMO

Para reducir al máximo nuestro consumo de energía, tratamos de adquirir electrodomésticos con la calificación de eficiencia más alta, cuyo bajo consumo energético está certificado.

OPTIMIZACIÓN DEL LAVADO

Todo nuestro personal está concienciado con la protección del medio ambiente. Por ello, los trabajadores de nuestra cocina utilizan una cacerola o un utensilio similar para lavar las verduras, lo que les permite aprovechar esa agua para riego. Además, sólo se utiliza el lavavajillas cuando está lleno, para realizar un consumo responsable del agua.

GASES REFRIGERANTES

Cumpliendo con lo establecido en la legislación, los gases refrigerantes utilizados en nuestras instalaciones no dañan la capa de ozono, por lo que reforzamos nuestro compromiso con la protección del medio ambiente y con la implantación de medidas que fomenten la disminución de la contaminación.

COMPRAS A GRANEL Y ENVASES

Aplicando nuestros criterios ecológicos de compras, tratamos de adquirir productos con envases biodegradables y retornables o más fácilmente reciclables y que no traigan doble envase. Para nuestro restaurante realizamos las compras a granel y no en porciones y utilizamos siempre artículos de menaje no desechables.

RECINTO DE BASURA REFRIGERADO

En Fuerte Hoteles, somos conscientes de la importancia de la separación de los distintos tipos de residuos. Pero para evitar la descomposición de los residuos orgánicos y sus malos olores derivados, disponemos en nuestras instalaciones de un recinto refrigerado en el que los depositamos, evitando que molesten a nuestros huéspedes.

CRITERIOS ECOLÓGICOS PARA PROVEEDORES

Todos nuestros proveedores han sido elegidos cuidadosamente, teniendo en cuenta los criterios ecológicos de selección que hemos establecido. De esta manera, promovemos la contratación de proveedores locales, que también apliquen medidas de sostenibilidad en sus organizaciones y se preocupen por el medio ambiente.

BUFETS DIETÉTICOS E INTEGRALES

En todos nuestros desayunos ofrecemos productos dietéticos e integrales para todos aquellos huéspedes que lo deseen. Nuestros clientes pueden disfrutar cada mañana de los productos más sanos y naturales.

MENÚS PARA CELÍACOS

En nuestros desayunos y restaurantes, los huéspedes que lo necesiten, tendrán a su disposición menús especialmente diseñados para celíacos, con alimentos sin gluten, para hacer más cómoda su estancia en nuestras instalaciones.

4.2. MEDIDAS REONSABLES IMPLANTADAS EN FUERTE HOTELES: RESTAURANTE



4.2. MEDIDAS REONSABLES IMPLANTADAS EN FUERTE HOTELES: HUERTO ECOLÓGICO

GASTRONOMÍA ECOLÓGICA, Y AUTÓCTONA

En nuestros restaurantes, ofrecemos productos frescos y naturales, propios de cada estación y servidos por nuestros proveedores locales. Así aplicamos criterios de sostenibilidad, evitando la generación de gran cantidad de emisiones y gasto de combustible en el transporte de alimentos producidos a grandes distancias de nosotros.

AGRICULTURA LOCAL

Desde Fuerte Hoteles contribuimos al desarrollo local de cada territorio, ya que gran parte de nuestros proveedores proceden de nuestro ámbito local.

FORMACIÓN ECOLÓGICA

Para poder alcanzar la sostenibilidad en nuestras instalaciones, es necesario implicar a nuestro personal y concienciarlo de su importancia. Por esta razón, impartimos cursos de formación en ecología y medio ambiente a nuestros trabajadores.

PROGRAMA FUERTE EXPERIENCIAS

Te ofrecemos el Programa Fuerte Experiencias, con diversas actividades y talleres ambientales, para fomentar el turismo sostenible en las zonas donde se encuentran nuestras instalaciones. Consulta nuestros programas de actividades y pregúntanos cualquier duda.



Fuerte Hoteles apuesta por una gastronomía autóctona



*Come ecológico, saludable
y los platos locales más auténticos*

4.3. CONOCIENDO NUESTRO IMPACTO

Para proponer soluciones ante el impacto que genera la actividad hotelera, primero necesitamos conocer en qué medida estamos causándolo, por lo que año tras año, se ha ido desarrollando una metodología que a día de hoy proporciona a los hoteles la información necesaria para conocer en qué medida está afectando al medio ambiente su actividad.

Estos indicadores usados por la central de Fuerte Hoteles se denominan huella ecológica y huella de carbono, y se calculan de forma mensual, teniendo en cuenta los consumos por clientes de agua (litros), energía eléctrica (kwh), propano (kg) y gasóleo (litros).



Este año los consumos eléctricos han supuesto un porcentaje del **80,19%** sobre el total de CO₂ emitido, mientras que el gasóleo ocupa un **15,22%** y el consumo de propano un **4,59%**.

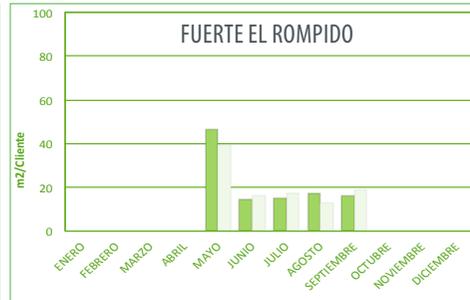
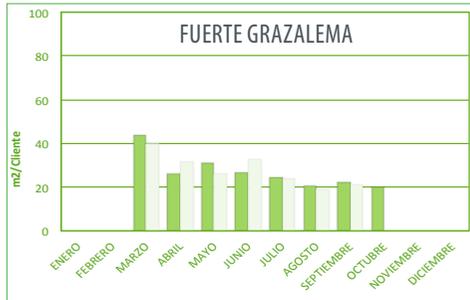
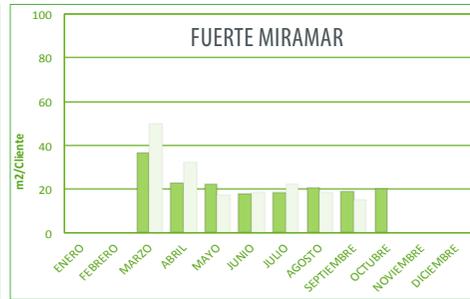
DATOS RECICLAJE 2013 FUERTE HOTELES



COMPARATIVA DE CONSUMOS 2013 vs 2012

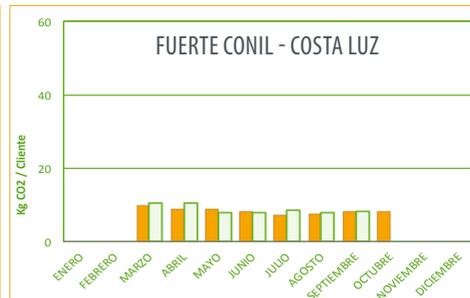
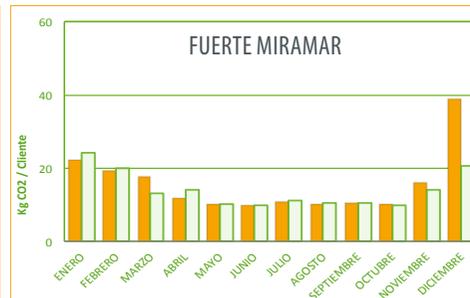
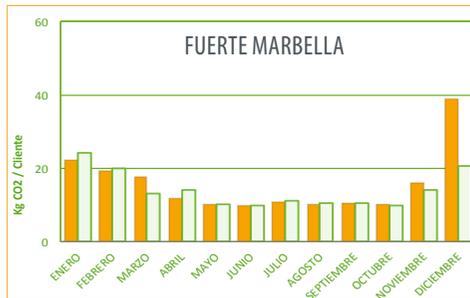


4.3. CONOCIENDO NUESTRO IMPACTO



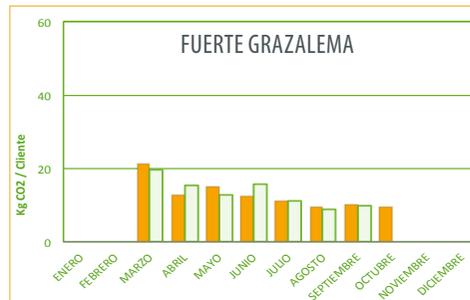
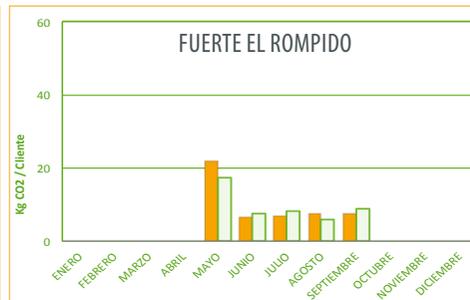
HUELLA ECOLÓGICA

La Huella Ecológica calcula cuánta superficie natural necesita para el desarrollo de sus actividades. Según el método original desarrollado por Mathis Wackernagel y William Rees, se usa para su expresión este dato convertido a m² de terreno/cliente alojado.



HUELLA DE CARBONO

Mediante la Huella de Carbono se analiza la cantidad de CO² que emite la actividad de cada hotel. Este indicador se expresa, para facilitar su comprensión, en Kg de CO₂ por cliente.



■ 2012
□ 2013

■ 2012
□ 2013

*No se muestran datos en los meses correspondientes al periodo de cierre de los hoteles.



Placas solares en el Hotel Fuerte Grazaalema.

4.4. OBJETIVOS AMBIENTALES PARA EL PRÓXIMO AÑO

El compromiso de mejora continua de la eficiencia de nuestros procesos y de la prevención de la contaminación dirige nuestros esfuerzos a la búsqueda de un menor impacto de las instalaciones, actividades y servicios de nuestros hoteles. Por ello, al acabar el año se lleva a cabo una evaluación de las acciones realizadas y se establecen las metas para continuar mejorando en estos aspectos año tras año. En la consecución de estas metas pondrá la empresa todo su esfuerzo y empeño, y en este caso, para el año que sigue, se han propuesto los siguientes retos:

- Conseguir unos niveles de ahorro del 2% en los consumos de gasóleo, propano y agua con respecto al año anterior, y del 3% en el caso del consumo de la energía eléctrica.
- Usar herramientas de comunicación más eficientes en cuanto a la transmisión de nuestros valores y nuestra política de RSC hacia todas las partes interesadas (clientes, empleados, proveedores, etc.). Esto, realizado principalmente a través de actividades como el diseño de cartelería específica en lugares visibles de nuestros hoteles, presencia en radio, conferencias especializadas, redes sociales, etc.
- Implantar en el 100% de las habitaciones nuestro nuevo vídeo sobre turismo responsable.
- Mejorar la productividad en nuestros procesos.
- Identificar necesidades locales donde podamos apoyar con nuestra ayuda para mantener el buen estado del entorno donde se encuentran los hoteles.
- Fortalecer la parte de la web enfocada al Turismo Responsable, con microsite interactivo para descubrir todas las medidas ambientales presentes en los distintos ámbitos de los hoteles de la cadena.
- Continuar con la elaboración de la “Memoria de Responsabilidad Social Corporativa” en referencia al año 2013, donde hemos tratado de plasmar todos nuestros esfuerzos y logros relacionadas con la RSC, englobando todas las acciones tanto ambientales, como culturales y sociales llevadas a cabo en nuestra empresa.



Huerto ecológico en Hotel Fuerte El Rompido.

5. DESEMPEÑO SOCIAL

5.1. CONDICIONES SOCIOLABORALES

Mediante el Plan de Mejoras Sociales a disposición de todos los empleados, se pretende potenciar a largo plazo los valores de Fuerte Hoteles entre toda la plantilla, especialmente los de la familia, la formación y la salud, en coherencia con su política de Gestión de Personas. Este paquete de medidas voluntarias nace con el objetivo primordial de que los valores principales de la empresa sean compartidos por todos sus empleados.

Los empleados pueden beneficiarse de las siguientes medidas:



Matrimonio Ⓢ Inversión: 2.686,40€
Ayuda económica a aquellos trabajadores que contraen matrimonio civil o religioso.



Libros escolares Ⓢ Inversión: 8.339,62€
Ayuda para aquellos trabajadores que tienen hijos que cursan Educación Infantil 2º ciclo y Bachillerato o Ciclos Formativos.



Guardería Ⓢ Inversión: 30.103,41€
Son beneficiarios los trabajadores cuyos hijos de 0 a 3 años (primer ciclo de Educación Infantil) utilicen servicios de guardería.



Formación continua
Ayuda económica a los trabajadores que realicen cursos. El importe de esta ayuda está condicionado por la relación que tenga la formación con su puesto de trabajo.



Anticipos y préstamos Ⓢ Inversión: 93.060,26€
Adelanto de nóminas y préstamos sin interés a los trabajadores.



Descuentos en alojamiento
Los familiares y amigos de los empleados disponen de importantes descuentos de los servicios que ofrece Fuerte Hoteles.



Jubilación parcial
Mejora de las condiciones que establece la legislación aplicable.



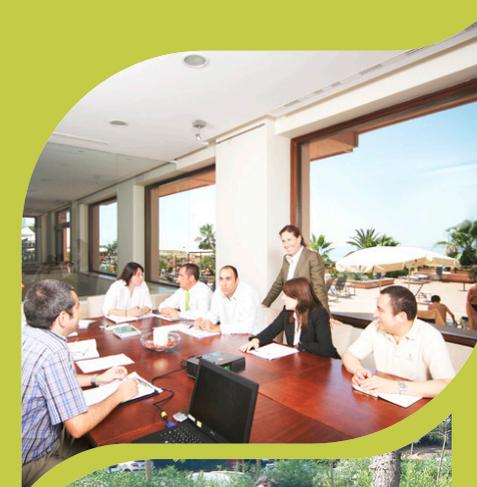
Promoción interna para trabajadores
Antes de iniciar un proceso de selección externo, la empresa valora primero la cobertura de vacantes por promoción interna.



Teletrabajo
Determinadas personas en la empresa, dadas sus características familiares y/o laborales, desempeñan parte o totalmente su trabajo mediante 'teletrabajo'.



Maternidad
Acumulación del periodo de lactancia en jornadas reales que se unen a la baja por maternidad.



5.2. CLIMA LABORAL

ENCUESTAS DE CLIMA LABORAL

Para conocer el pulso del ambiente laboral, además de sensibilizar y comprometer a las personas con la estrategia, la Misión, la Visión y los valores de la compañía, se realizan encuestas de clima laboral a todo el personal dos veces al año. De estos resultados, se sacan conclusiones para trabajar sobre la motivación del personal y promover el liderazgo entre otras acciones.

EVALUACIONES DE DESEMPEÑO

La evaluación del desempeño de los empleados es realizada por sus jefes directos de forma anual. En ellas se mantienen conversaciones de desarrollo, en las que entre otras cosas, se le reconoce al empleado su mérito y esfuerzo personal.

REUNIONES CON JEFES DE DPTO

Con una periodicidad de al menos dos veces al mes, los jefes de departamento de cada hotel se reúnen con sus respectivos directores para analizar las últimas encuestas de satisfacción de clientes recibidas y tratar de solventar las posibles quejas recibidas por los clientes.

GESTIÓN DEL TALENTO

Profesionalizar la organización y las personas, considerando las siguientes áreas de mejora y proyectos:

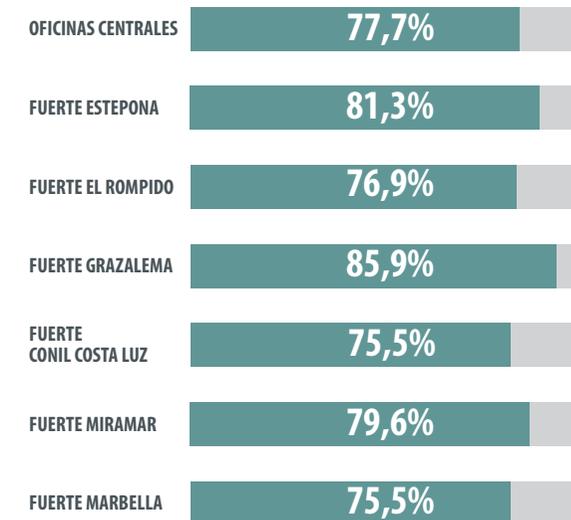
- Toma de decisiones más participativa
- Promoción de la innovación
- Gestión del talento: perfiles del puesto y plan de carrera



	MEDIA DE PERMANENCIA EN AÑOS	ÍNDICE DE INCIDENCIAS %	MEDIA DE ACCIDENTES LABORALES
FUERTE MARBELLA	10,49	8,28%	7,7
FUERTE CONIL-COSTA LUZ	4,76	5,88%	12,16
FUERTE MIRAMAR	7,36	6,52%	14,5
FUERTE GRAZALEMA	5,34	0%	0
FUERTE EL ROMPIDO	3,88	7,13%	21,33
FUERTE ESTEPONA	1,42	0%	0
Oficinas centrales	5,35	1,36%	7

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 1000. **Media de accidentes laborales:** Indica la duración media de las bajas debidas a accidentes laborales (duración media en día). **Media de permanencia:** Personal en alta en el periodo de observación.

CLIMA LABORAL



Datos obtenidos a partir de las encuestas anuales a los empleados. Se realizan de forma anónima, por hotel y por departamento.

5.3. FUNDACIÓN FUERTE

Actualmente la Presidenta de Grupo el Fuerte, Doña Isabel M^a García Bardón, sigue presidiendo la Fundación Fuerte y los Consejos de Administración de la empresa; y dedica otra gran parte de su tiempo a la asociación benéfica que también preside, la Asociación Horizonte.

En estos momentos, su actividad cotidiana se centra en la Fundación Fuerte, la cual nació en el año 2.004 como un hijo lógico de los valores que a lo largo ya más de 50 años (1957-2014) han sido referente importante para el alma que anima a esta familia empresaria y que se sintetiza en su eslogan **“Cuidamos de las personas y del Medio Ambiente”**.



FUNDACION FUERTE

La Fundación Fuerte nace con el objeto de recoger y gestionar el deseo de la empresa de colaborar en la solución de los problemas de su entorno social.

Esta función se desarrolla a través de la ayuda o generación de proyectos que mejoren de forma integral las condiciones de vida: la educación, la vivienda y/o el desarrollo humano.

La Fundación trabaja en colaboración con instituciones y fundaciones orientadas a la inserción laboral de colectivos de especial dificultad de acceso al mercado laboral, entre ellas:

- Fundación para la Atención e Incorporación Social (FADAIS), con el objeto de la plena inserción social y laboral de las personas con riesgo de exclusión.

- Asociaciones locales en programas de inserción laboral de colectivos de especial dificultad de acceso, a través de la realización de cursos de formación y prácticas en los hoteles.

- Así, en este año, el hotel Fuerte El Rompido ha sido sede del programa Acceder de la Fundación Secretariado Gitano, gracias al que un total de 15 alumnos han realizado prácticas de formación para el empleo en las instalaciones del hotel. Los alumnos de este curso han recibido formación en competencias relacionadas con las funciones indispensables en un hotel: Pisos, Restauración, Cocina, Spa y Mantenimiento.

Proyecto Hombre, para la ayuda de aquellos trabajadores que presenten problemas de adicciones en cualquiera de sus modalidades.

- Colaboración con diversas asociaciones de personas con necesidades especiales.

- Contratación de trabajadores a través de programas de reinserción laboral de colectivos en riesgo de exclusión.

MISIÓN ¿QUÉ QUEREMOS?

La Fundación Fuerte quiere favorecer el desarrollo sostenible de las personas en situación de riesgo o carencias física y/o culturales en España y países donde el patronato lo considere oportuno con preferencia a los lugares donde se encuentre implantado Fuerte Hoteles.

VISIÓN ¿EN QUÉ CREEMOS?

Queremos ser una organización sin ánimo de lucro que promueva en su parte social a proyectos de ayuda a la infancia, juventud y mujeres. En lo cultural, al fomento de todas las manifestaciones artísticas locales, buscando una concienciación hacia la sostenibilidad.

5.4. ENTREVISTA ÁREA SOCIAL



Isabel Luque, Asset Manager de Fuerte Hoteles y Dirección de Proyectos Culturales de Fundación Fuerte

Isabel se encarga de velar por el buen estado de conservación de los diferentes establecimientos, así como de la renovación de equipamiento, siempre teniendo en cuenta la eficiencia. Una labor que combina con la gestión de un intenso programa cultural que lleva a cabo desde la Fundación Fuerte. Conferencias, cursos formativos y exposiciones, Isabel es además la impulsora de la primera colección de Arte Responsable para Fuerte Hoteles.

¿Qué supone para ti trabajar para Fuerte Hoteles?

Trabajar para Fuerte Hoteles ha sido gran parte de mi vida laboral, ya que empecé con 26 años y ya son 27 años en la empresa. He llevado a cabo de forma muy activa el diseño y equipamiento de los 7 Hoteles que nuestra empresa tiene actualmente en Marbella, Torrox, Conil, Grazalema, El Rompido y Estepona.

Con Fundación Fuerte llevo trabajando desde el año 2006 y considero que es muy importante el valor que aporta una actividad sin ánimo de lucro dentro de las empresas del siglo XXI. Me genera mucha satisfacción personal y profesional poner mi granito de arena para mejorar nuestro entorno ya sea el ámbito social o cultural.

¿Cuál es la idea del Arte Responsable?

Se trata de obras creadas por artistas locales y destinadas a la sensibilización en temas medioambientales y sociales. La idea principal es sensibilizar a todo aquel que acuda a las exposiciones en nuestros hoteles sobre la necesidad del cuidado del medio ambiente y nuestra necesaria implicación para afrontar problemas sociales y de integración cultural.

¿Qué destacarías de estos años?

Trabajar en Fuerte Hoteles es para mi siempre estar continuamente dispuesto a aprender. He disfrutado de mis aciertos y también he aprendido mucho más de mis errores. El entorno es siempre cambiante y te exige siempre una gran adaptación al medio, por lo que considero que la flexibilidad es un valor.

5.5. PROYECTOS SOCIO-CULTURALES DE LA FUNDACIÓN



PROYECTOS SOCIALES

BECA PARA MEJORAR LOS ESTUDIOS DE NIÑOS EN JAMAICA. Potenciar y enriquecer las vidas de los jóvenes en la parroquia de Hanover. Diseñar e implementar programas de educación, deporte y formación profesional.

CONGRESO CENTRO DE JÓVENES MAHAGI. Adquisición de libros de cultura general, enciclopedias, diccionarios.

PROYECTO HOMBRE TORROX, PREVENCIÓN. Programa de prevención a las drogodependencias en educación primaria y Programa Familiar que se desarrolla en los centros de enseñanza de la localidad de Torrox.

PROYECTO HOMBRE JEREZ, CONIL Y GRAZALEMA. Programa de prevención a las drogodependencias en educación primaria y Programa Familiar que se desarrolla en los centros de enseñanza de la localidad.



PROAM MIGUEL ÁNGEL JIMÉNEZ. Proyecto Hombre Málaga. Subvención torneo de golf solidario para contribuir a recaudar fondos a favor de Proyecto Hombre Málaga.

CIS HORIZONTE MARBELLA. Creación de un espacio de encuentro donde se fomenta el desarrollo de comportamientos, actitudes y valores positivos de los adolescentes.

CENA ANIVERSARIO HORIZONTE. Evento anual de la Asociación Benéfica Horizonte Proyecto Hombre de Marbella donde se recudan fondos a favor de la Asociación.

RASTRILLOS HORIZONTE. Abono de las comidas de los voluntarios en cada uno de los rastrillos benéficos. Se celebran seis al año.

PISO APOYO AL TRATAMIENTO. Hipoteca Piso Horizonte. Financiación de la cuota de la hipoteca



mensual. Se pretende dar acogida a los drogodependientes que permanecen en el piso en terapia inicial y resinserción que carecen de medios económicos y de ayuda familiar.

REUNIÓN DIRECTIVOS HORIZONTE. Financiación de la zona de formación y el material necesario para el acto.

CURSO FORMACIÓN INMEDIACIÓN SOCIAL HORIZONTE PROYECTO HOMBRE MARBELLA. Curso para que los participantes posean herramientas para su trabajo de intervención en tratamiento o preventivo.

APOYO A CUDECA. Fundación que deposita sus esfuerzos en cuidar, aliviar, acompañar y ofrecer cuidados paliativos especializados a pacientes residentes en la provincia de Málaga, que padecen cáncer en fase avanzada o terminal y ofrecer apoyo y consuelo a sus familiares.

5.5. PROYECTOS SOCIO - CULTURALES DE LA FUNDACIÓN



PROYECTOS CULTURALES

MUSEO DEL GRABADO. Impulsar la cultura dentro de la ciudad de Marbella, con exposiciones dentro del Museo del Grabado. Se ayuda a financiar el alojamiento de los artistas que vienen a exponer al Museo del Grabado.

PAPEL RECICLADO Y ARTE. Museo del Grabado. Se posibilita que grupos de escolares desarrollar una actividad de reciclado de papel en el Cortijo de Miraflores impartido por un especialista en este tema y a partir de estos trabajos se convoca a una serie de artistas locales para plasmar en estos unos grabados. El objetivo es que con estos grabados sirvan como regalo de Navidad de Forte Hoteles a sus clientes en 2013.

MERCADO ARTESANAL A BENEFICIO DE PROYECTO HOMBRE en el Hotel Forte El Rompido.



EXPOSICIÓN FUERTE CONIL. Exposición de arte con artistas locales.

CONCIERTOS ASOCIACIÓN AMIGOS ÓRGANO DEL SOL MAYOR. Consiste en organizar tres conciertos al año y se ayuda al mantenimiento y conservación del Órgano del Sol Mayor.

FUNDACIÓN SANTA M^a DE LA VICTORIA. Banda de Música. Se financian gastos de traslados para el apoyo a la escuela de música y al encuentro interprovincial anual en el municipio de Marbella.

PROYECTO DE ACTUALIZACIÓN DE LA WEB de la Fundación.



PROYECTOS AMBIENTALES

ARBORETUM. Recuperación de una zona degradada en el término municipal de Marbella. Plantación de especies autóctonas de la zona mediterránea, así como la realización de una serie de actividades e instalaciones para la información y formación de los ciudadanos de Marbella, estudiantes y turistas.

6. CARTA DESPEDIDA

Estimados amigos,

Un año más quiero cerrar esta memoria haciendo referencia al reto, al gran reto empresarial en general y hotelero en particular: comunicar a nuestro público las acciones de sostenibilidad que llevamos a cabo.

Tenemos que explicar a la sociedad que no somos una cadena hotelera más, somos una empresa familiar que lucha por un Turismo Sostenible desde hace más de 50 años. No solo nos preocupamos por la excelencia en la calidad y confort de nuestros huéspedes, sino que queremos que Fuerte Hoteles sea reconocida en cada uno de nuestros destinos como una empresa que se preocupa por mejorar su entorno.

Nuestra política de Responsabilidad Social Corporativa se basa en la innovación, donde cada año ponemos en marcha nuevas medidas y acciones ambientales siempre con una firme apuesta por el ahorro energético y de otros recursos naturales. Queremos mejorar la calidad de vida de las personas que viven cerca de nuestros hoteles con políticas de contratación de personas en riesgo de exclusión social o a través de programas para el empleo y la formación. Fomentamos la gastronomía y la cultura local así como las costumbres y tradiciones de cada lugar donde se encuentran nuestros hoteles. Pero esto no es suficiente.

No es suficiente si no sabemos explicarle a nuestros clientes qué es lo que estamos haciendo bien. Por eso en 2013 hemos focalizado nuestros esfuerzos en COMUNICAR con mayúsculas nuestras acciones en el campo de la sostenibilidad a través de las herramientas que tenemos a nuestro alcance. Campañas de sensibilización que hemos difundido en nuestra web, blog, redes sociales y otras acciones divulgativas, donde tratamos de implicar a todos nuestros grupos de interés, desde los proveedores, pasando por nuestros empleados hasta los clientes.

Queremos compartir nuestros valores con unos huéspedes cada día más concienciados. Y es que según los datos de TripAdvisor más de un 25% de los turistas europeos optaron por viajes eco-sostenibles en el último año y uno de cada diez eligió su alojamiento en base a sus políticas sostenibles, aunque un alto porcentaje se queja de la falta de información al respecto.

Nos encontramos ante un proceso de cambio en la mentalidad del viajero, por lo que tenemos que seguir invirtiendo en innovación para dar respuesta a sus nuevas necesidades y ser competitivos de la mano de la Responsabilidad Social Corporativa.

Atentamente,
José Luque - Director General de Fuerte Hoteles



La familia Luque García lleva 57 años al frente de la cadena hotelera Fuerte Hoteles que desde siempre ha liderado una gestión basada en la sostenibilidad y en el cuidado del medio ambiente.

7. TABLA DE INDICADORES GRI PRESENTES EN ESTE INFORME

1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

Declaración del máximo responsable.	03
Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	03

2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre de la empresa.	04
Principales marcas, productos y/o servicios que presta.	05
Estructura operativa de la empresa.	04
Localización.	04
Tamaño de la empresa.	05
Cambios significativos durante el periodo cubierto.	19
Premios y distinciones recibidos.	08

3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA

Periodo cubierto.	02
Fecha de la memoria de la empresa más reciente.	02
Periodicidad de presentación de memorias.	02
Contacto de la empresa.	04
Proceso de definición del contenido de la memoria.	02
Cobertura de la memoria.	02

4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Estructura de gobierno de la empresa.	03
Presidente del máximo órgano de gobierno.	03
Miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes.	03
Proceso de información y consulta a los empleados sobre las relaciones laborales.	29
Misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta.	06 y 08
Principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	17
Frecuencia con la que el máximo órgano de gobierno evalúa su desempeño en materia de sostenibilidad.	2
Principales asociaciones a las que pertenezca.	07
Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	07

5. INDICADORES ECONÓMICOS

EC1 Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	10
EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	31
EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	15
EC7 Procedimientos para la contratación local.	07

6. INDICADORES MEDIOAMBIENTALES

EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	26
EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	26
EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	19-28
EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con de dichas iniciativas.	20-24
EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	27
EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	19-24
EN22 Peso total de residuos generados, según tipo y método de tratamiento.	26
EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	18-28
LA2 Número total de empleados y rotación media de empleados.	05 y 30
LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada.	29
LA12 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones del desempeño y de desarrollo profesional.	29

7. INDICADORES SOCIALES

SO1 Operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	33 y 34
PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	13
PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	16



FUERTE HOTELES