



INFORME ANUAL 2023

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA

**FUERTE
GRÔUP**
HOTELS

ÍNDICE GENERAL

Carta de la presidenta honorífica

NUESTRO COMPROMISO ES FUERTE

- 1.**
 - 1.1. Comprometidos
 - 1.2. Estructura de la gobernanza
 - 1.3. Creamos valor
 - 1.4. Plan estratégico y sostenibilidad
 - 1.5. Reconocimientos y certificaciones

PROGRESOS Y METAS

- 2.**
 - 2.1. Abanderando el Pacto Mundial
 - 2.2. Objetivos 2023
 - 2.3. Comunicaciones y campañas
 - 2.4. Relaciones con nuestros grupos de interés

RESPETO AL MEDIOAMBIENTE

- 3.**
 - 3.1. Compras responsables
 - 3.2. Residuos y circularidad
 - 3.3. Simbiosis con organizaciones
 - 3.4. Más eficiencia, menos consumo

NUESTRO IMPACTO EN LA SOCIEDAD

- 4.**
 - 4.1. Excelencia en el servicio
 - 4.2. Ética y desempeño corporativo
 - 4.3. Nuestro equipo
 - 4.4. Promover lo auténtico
 - 4.5. Fundación Fuerte

Carta del director general

Índice de contenidos GRI

Carta de la presidenta honorífica

Si tuviera que confeccionar un álbum de mi vida, hay una foto que colocaría en un lugar muy destacado. Los que me conocen, seguro que saben cuál es: la de **la presentación en 2023 del renovado hotel 5 estrellas El Fuerte Marbella**, tras su espectacular reforma, rodeada de todos mis hijos y mis nietos, y acompañada de autoridades del Gobierno Central, autonómicas, provinciales y locales. La ciudad que nos acogió hace 67 años, y que se ha convertido en nuestro hogar. Esa foto resume algunos de los valores de nuestra empresa familiar.

La vocación de servicio hacia la comunidad, invirtiendo en la mejora de hoteles que generan riqueza y empleo en los destinos en los que están ubicados. A este respecto, me gustaría destacar que los establecimientos de 5 estrellas como **El Fuerte Marbella**, y como el futuro **Daia Conil**, que abrirá sus puertas este 2024, requieren de plantillas más amplias, porque el lujo es sinónimo casi siempre de una atención mucho más personalizada; y más formadas, otro aspecto importante del que hablaremos a lo largo de esta memoria.

La apuesta por innovar y estar siempre en la vanguardia, como en su día hizo mi marido José Luque Manzano al abrir el primer hotel de lujo en el centro de Marbella pueblo, cuando el turismo apenas existía en la zona. Y que hoy hemos llevado a cabo incorporando a su proyecto de rehabilitación sistemas de gestión medioambiental de última generación, y materiales modernos, para hacer de El Fuerte Marbella uno de los hoteles más sostenibles y eficientes de Andalucía.

La importancia de la unión frente a todas las adversidades. Porque en la familia Luque García estamos todos a una, y respetamos las opiniones de cada uno de sus miembros, oyendo también las voces de la tercera generación, como las de mis nietas Marta Álvarez Luque y Carmen Cominges Luque, que en 2023 se unieron como oyentes al Consejo de Administración.

Y la necesaria relación que la empresa privada ha de mantener con todo el sector y con las administraciones públicas, porque el turismo nunca funcionó, y jamás triunfará, si las empresas y las administraciones públicas no van de la mano, compartiendo mismos objetivos y aportando sus distintas fortalezas.

Espero que 2024 sea otro año decisivo y que nuestro álbum familiar, que también es empresarial, siga incorporando imágenes tan decisivas como ésta, que siempre llevaré en mi corazón.

Muchas gracias.



Doña Isabel García Bardón
Presidenta honorífica de Fuerte Group Hotels



The image features a light green, textured background with a fine, grainy pattern. In the top-left and top-right corners, there are clusters of vibrant green leaves, likely from a tree or shrub, with visible veins and natural lighting. The leaves are partially cut off by the edges of the frame.

01.

NUESTRO
COMPROMISO
ES FUERTE

8 TRABAJO DECENTE
Y CRECIMIENTO
ECONÓMICO



9 INDUSTRIA,
INNOVACIÓN E
INFRAESTRUCTURA



12 PRODUCCIÓN
Y CONSUMO
RESPONSABLES



13 ACCIÓN
POR EL CLIMA



16 PAZ, JUSTICIA
E INSTITUCIONES
SÓLIDAS



17 ALIANZAS PARA
LOGRAR
LOS OBJETIVOS



1.1.

Comprometidos

Alcance y Límites de la Información

En este informe de **Responsabilidad Social Corporativa** correspondiente al año **2023**, Forte Group Hotels presenta una visión detallada de las acciones emprendidas para enfrentar diversos desafíos, así como de las iniciativas destinadas a fortalecer la resiliencia y sostenibilidad a largo plazo. Este compromiso se complementa con la transparencia en la gestión del negocio y su contribución a la sociedad, siempre buscando sinergias con el entorno y los grupos de interés para lograr un futuro más responsable y prometedor.

Se destacan especialmente los avances en relación con los **diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas** y la alineación de los objetivos de la empresa con los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**. A través de este compromiso, se contribuye significativamente al bienestar de las comunidades donde opera la compañía y al cuidado del medioambiente.

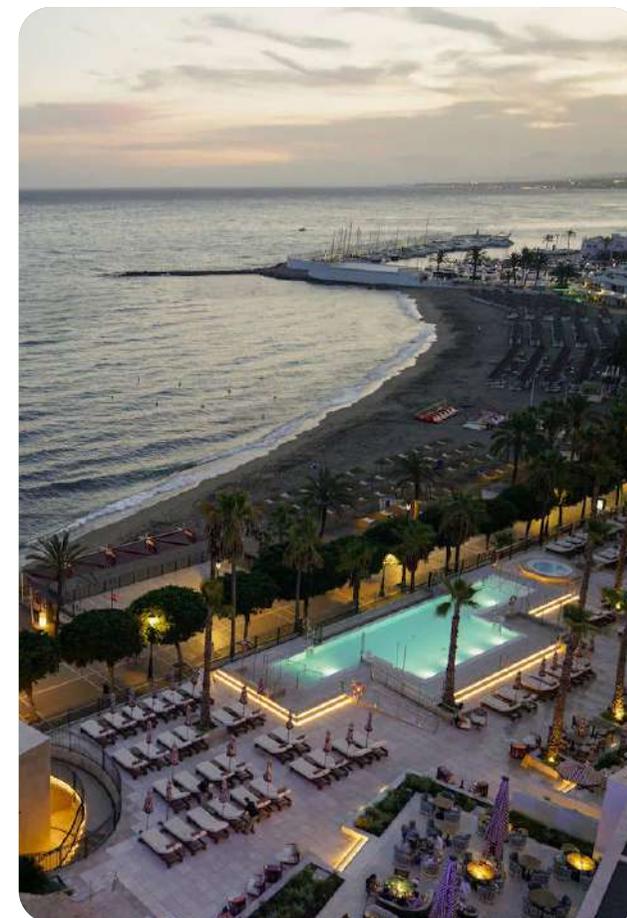
En los siguientes apartados, se ofrece una descripción detallada de la distribución y características principales de estas acciones. Además, a lo largo del documento se expone la estrategia actual y las medidas adoptadas para superar los desafíos que enfrenta la industria turística y la sociedad en general, con un enfoque consistente en la sostenibilidad y los logros alcanzados hasta la fecha.

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

Este año, la medición de la sostenibilidad mediante diversos KPIs (indicadores) ha cobrado gran importancia en el contexto en el que opera la empresa. Las novedades de este informe reflejan esta tendencia, proponiendo proyectos integradores con objetivos claros y medibles. En consonancia con este enfoque, Forte Group Hotels ha adoptado un firme compromiso con la sostenibilidad, decidiendo focalizar sus esfuerzos, tanto en el presente como en el futuro, en políticas de acción y gestión más respetuosas con el entorno.

Estándares internacionales

Se han empleado los marcos de reporting en sostenibilidad **GRI** y **SASB**. La intención es utilizar indicadores de ambos sistemas en paralelo para presentar datos tanto cualitativos como cuantitativos, mejorando así la comunicación con los stakeholders y facilitando una toma de decisiones más informada.



Hotel El Forte Marbella



1.2.

Estructura de la gobernanza

El **Consejo de Administración** es el máximo órgano de gobierno del Grupo El Fuerte, del que depende la división hotelera Fuerte Group Hotels, compuesta por las marcas El Fuerte Marbella, DAIA Slow Beach Hotels, Fuerte Hoteles, Amàre Beach Hotels y Olée Holiday Rentals.

Está formado por Doña Isabel García Bardón, que ocupa el cargo de Presidenta Honorífica, y por sus 5 hijos. Además, en 2023 se incorporaron en calidad de oyentes dos miembros de la tercera generación: sus nietas Marta Álvarez Luque y Carmen Cominges Luque. Dependiendo directamente del consejo se encuentra la Comisión Delegada, presidida por Francisco Javier Luque García, e integrada por él y sus hermanos José y Salvador.

A nivel operativo, el Comité de Dirección Hotelero constituye el órgano responsable de ejecutar el plan estratégico de Fuerte Group Hotels en todas sus áreas. En él participan:



De izquierda a derecha: José e Isabel Luque García, Carmen Cominges, Dña. Isabel María García, Marta Álvarez y Javier, Victoria y Salvador Luque.

Dirección General

D. José Luque García

Dir. de Tecnología de la Información

D. José Luis Bachiller Moreno

Director de Finanzas, Servicios Jurídico y Fiscal

D. Antonio Fernández Henares

Directora de Recursos Humanos

D^a María Ceballos Domínguez

Director Comercial

D. Martín Alexandre Contelles

Director de Operaciones Corporativo Multimarca

D. Héctor Abuín Bermúdez

1.3.

Creamos valor

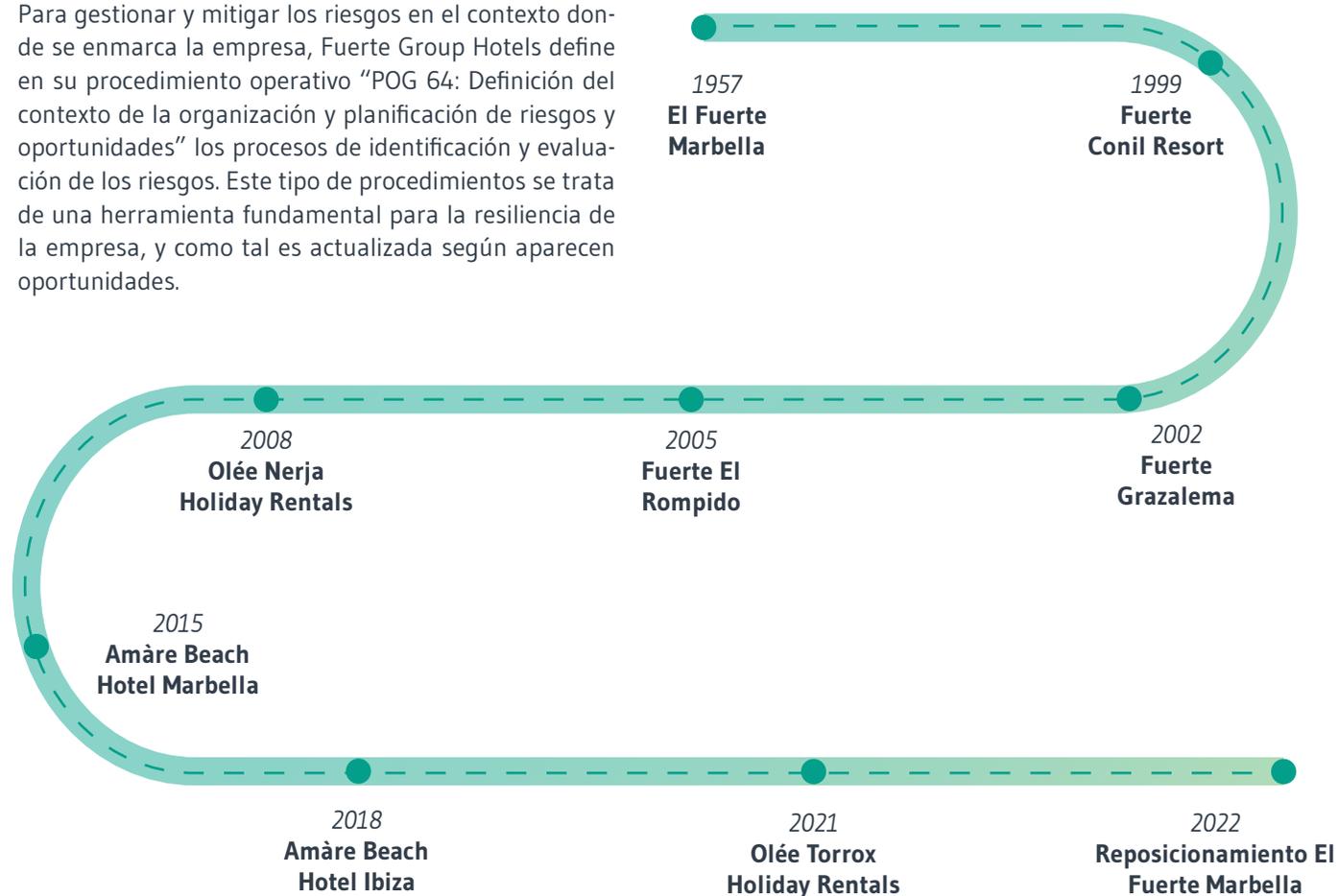
Fuerte Group Hotels nació con la vocación de crear valor, generando un impacto positivo en su entorno. Con el tiempo, a la voluntad de crear valor generando riqueza y empleo en una España que veía como el turismo podía sacar al país de la pobreza; se unió la voluntad de crecer respetando el paisaje privilegiado de nuestro singular territorio. Sendos retos todavía forman parte hoy de la misión y la visión del grupo, confirmando la crucial importancia que los dos tienen para el grupo andaluz.

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

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

Gestión de riesgos

Para gestionar y mitigar los riesgos en el contexto donde se enmarca la empresa, Forte Group Hotels define en su procedimiento operativo “POG 64: Definición del contexto de la organización y planificación de riesgos y oportunidades” los procesos de identificación y evaluación de los riesgos. Este tipo de procedimientos se trata de una herramienta fundamental para la resiliencia de la empresa, y como tal es actualizada según aparecen oportunidades.



1.4.

Plan estratégico y sostenibilidad

La sostenibilidad está arraigada en la esencia misma de **Fuerte Group Hotels** y, sin duda, se erige como uno de los elementos más relevantes para las empresas en la actualidad. En la gobernanza del grupo, dirigir estrategias basadas en una fundamentación sólida y con una profunda conciencia ambiental se presenta como una decisión sabia y próspera.

Los éxitos y reconocimientos cosechados durante todo el recorrido han sido diversos y escalados, actualizándose anualmente en su web de sostenibilidad y reporte.

Resalta la importancia de integrar en un sistema único todas las metas y acciones que se pretenden seguir a nivel de grupo. Esto se fundamenta en la demostrada capacidad de adaptación a las normativas y leyes, tanto estatales como autonómicas, que configuran el marco legal, así como a las demandas de un sector en constante crecimiento y necesidad de innovación. El marco legal más actual está constantemente presente, respaldando nuestro compromiso firme con el **cumplimiento de las leyes**. Este plan también se rige por las siguientes leyes y decretos:

La Ley 1/2005, de 9 de marzo, por la que se regula el régimen del comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero.

El Real Decreto 163/2014, de 14 de marzo, por el que se crea el Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono.

La Ley 7/2021, de 20 de mayo, de cambio climático y transición energética.

Decreto 48/2021 de 13 de diciembre, regulador del Registro balear de huella de carbono.

La Ley 3/2023, de 30 de marzo, de Economía Circular de Andalucía.

Anteproyecto de Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario (en espera de su publicación).

Entonces, el presente documento incluye información sobre sostenibilidad en el **ámbito medioambiental** (economía circular, uso de recursos y adaptación al cambio climático), **social** (medidas de igualdad, condiciones laborales o inclusión) y **gobernanza** (valores éticos, sistema de control y gestión de riesgos).



Hotel El Fuerte Marbella

La consecución de los objetivos establecidos requiere la coordinación efectiva de **equipos multidisciplinarios**, una labor facilitada por el **Comité de Eficiencia Energética** y el **Comité de Sostenibilidad**. Este último, ofrece un espacio donde los distintos departamentos colaboran para proponer soluciones integrales alineadas con los objetivos globales del grupo. En colaboración con la consultora de sostenibilidad, el comité asume la responsabilidad de liderar las estrategias de sostenibilidad de la compañía y de implementar los procedimientos correspondientes en los hoteles.

Los **departamentos** principales que se integran en él son:



Teniendo en cuenta que la vigencia del Plan, que serán 4 años, los objetivos finales deberán alcanzarse en **2028**. A continuación, se mostrarán aquellos fijados para 2024, que será el primer año de aplicación. Se han utilizado como referencia los datos de los que se disponen del año 2023, publicados en este informe de sostenibilidad.

El cumplimiento de estos objetivos será revisado en cada informe anual de seguimiento, pudiendo ajustarse de modo más ambicioso en caso de que se detecte su cumplimiento antes de la fecha prevista. Asimismo, junto a los objetivos descritos para el ESG (Environmental, Social and Governance), se adquiere el compromiso global de:

1. Hacer partícipe del **Plan Estratégico de Sostenibilidad** a la plantilla, para lo cual se detallarán actividades y acciones específicas dirigidas a los trabajadores.
2. Informar públicamente todos los años sobre los **progresos realizados** para alcanzar los objetivos propuestos.

Desde aquí, expresamos nuestro deseo de instar a nuestros colaboradores y clientes a unir fuerzas para alcanzar estos objetivos y a tomar medidas en sus propias acciones individuales.

Los **objetivos** sobre los que se trabajará la **estrategia de sostenibilidad** del **Fuerte Group Hotels** será la siguiente:

Objetivo 1

Compromiso contra el cambio climático

Es más que evidente que existe un potencial significativo de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero asociado al sector turístico, en el que se debe trabajar por todos los agentes que intervienen en él, por ello este grupo continúa avanzando en su aporte al conocimiento y mejora de este ámbito, principalmente asociado a las iniciativas sobre eficiencia energética.

Objetivo 2

Reducir los residuos producidos por la actividad

Este objetivo se alinea con las directivas y normativas más recientes, cuyo propósito es implementar medidas orientadas a preservar el medio ambiente y la salud humana, mediante la prevención o reducción de la generación de residuos, así como atenuar los impactos negativos asociados a la producción y manejo de desechos. Estos aspectos son esenciales para facilitar la transición hacia una economía circular que fortalezca la competitividad empresarial.

Objetivo 3

Uso eficiente del agua

El uso eficiente del agua es crucial para las empresas, no solo desde una perspectiva ambiental, sino también económica y social. Reducir el consumo de agua no solo contribuye a la sostenibilidad del medio ambiente, sino que también resulta en ahorros significativos en costos operativos y recursos. Además, asumir la eficiencia hídrica como objetivo demuestra el com-

promiso de la empresa con la responsabilidad social y la gestión sostenible de los recursos. Esto no solo mejora la reputación de la empresa, sino que también puede atraer a clientes y socios que valoran la responsabilidad ambiental. En un contexto global de escasez de agua, adoptar prácticas eficientes es esencial para garantizar la viabilidad a largo plazo de las operaciones comerciales y contribuir al bienestar de las comunidades locales.

Objetivo 4

Acción contra el desperdicio alimentario

Estas acciones quedan sujetas a modificación especialmente a la espera de la Ley sobre desperdicio alimentario, actualmente en vías de publicación en el BOE, las la que será de cumplimiento obligatorio disponer de un Plan Contra el Desperdicio Alimentario. Así, dentro de esta línea de acción resulta de especial interés reducir la cantidad de residuo alimentario generado, aplicando la jerarquía en la gestión de los residuos a los alimentos y colaborando con organizaciones.

Objetivo 5

Bienestar laboral

Sin duda, las personas es la mejor apuesta para el éxito en el servicio. Uno de los imprescindibles es el compromiso por la mejora laboral del equipo Fuerte, siguiendo diferentes líneas de mejora anualmente.

Objetivo 6

Satisfacción del cliente

La sostenibilidad es indicativa de calidad, más aún, siendo un atractivo para aquellos consumidores comprometidos, motivo por el que resulta prioridad realizar métricas al respecto.

Objetivo 7

Contribución a las organizaciones locales

Anualmente el Grupo y la Fundación Fuerte se implican en numerosos proyectos sociales, culturales y ambientales para asegurar una buena relación con su entorno. Es clave dentro del planteamiento de sostenibilidad a largo plazo cuidar la relación con el medioambiente de donde se realiza la actividad de la empresa, y sobre las personas de su entorno. Uno de los proyectos más destacables es Proyecto Mares Limpios, que realiza diferentes acciones en los hoteles para la concienciación de clientes y trabajadores sobre la importancia de cuidar de forma activa los espacios marinos y su diversidad.

Objetivo 8

Control en la inversión en sostenibilidad

Medir en términos económicos es fundamental para conocer el impacto de las estrategias de sostenibilidad y calcular la implicación económica anualmente, llevando el Plan a todas las áreas a través de la inversión.



Fuerte Conil - Resort

Los objetivos se definirán en corto y medio plazo, siendo los de corto plazo aquellos a los que aspiramos para 2024, citados a continuación:

ODS	Principio del Pacto Mundial	Pertenencia ESG	Compromiso	Objetivo 2024 (corto plazo)
	7, 8 y 9	E1	Compromiso contra el Cambio Climático	Reducir GEI por cliente en un 1 % (kg CO2 por cliente al año)
	7, 8 y 9	E2	Reducir los residuos generados por la actividad	Instaurar procedimiento general de medición de residuos en más otros hoteles
	7, 8 y 9	E3	Realizar un uso eficiente del agua	Reducir el consumo de agua por cliente en un 1 %
	1, 7, 8 y 9	E4	Acción contra el desperdicio alimentario	Definir acciones para reducir el desperdicio alimentario, y buscar tecnología de apoyo
	3, 4, 5 y 6	S1	Bienestar laboral	Alineación con los KPIs y objetivos del Plan Bienestar
	1 y 2	S2	Satisfacción del cliente	Aumento de un 0,5 % la satisfacción general del cliente (promedio de todos los hoteles)
	1, 7, 8 y 9	S3	Contribución a organizaciones locales	Mantener las colaboraciones con organizaciones ambientales, culturales y sociales
	7, 8 y 9	G1	Control en la inversión en sostenibilidad	Conocer la inversión y aumentarla si procede

1.5.

Reconocimientos y certificaciones

Para esta compañía, mirar atrás y contemplar cómo nuestro entorno avala nuestra calidad y progreso es de una satisfacción inmejorable. Desde 1998 atesoramos una gran cantidad de **reconocimientos y certificaciones**, a consultar en nuestra web de responsabilidad social corporativa, creada en 2022 para hacer destacar nuestra transparencia. A continuación, se enumeran los últimos 5 años:

Amàre Marbella gana el Certificado de Excelencia de TripAdvisor.

Fuerte El Rompido consigue la certificación Travelife Gold Sustainability.

Amàre Marbella recibe el British Airways Holidays Customer Excellence Award.

Fuerte Conil Resort gana el reconocimiento HolidayCheck Award 2023.

Fuerte Conil Resort y *Fuerte El Rompido* son reconocidos, por el turoperador TUI, como unos de los mejores hoteles en su programa a nivel mundial basado en los comentarios y puntuación de satisfacción de sus clientes.

Fuerte El Rompido y *Fuerte Conil Resort* renuevan la distinción Gold de Travelife Sustainability System.

2019

2021

2023

2020

2022

Amàre Marbella e Ibiza son galardonados con el British Airways Holidays Customer Excellence Awards.

Amàre Marbella e Ibiza son premiados con el TripAdvisor's Choice 2020.

Recibimos el premio ReThink por su campaña "Mares Limpios".

Fuerte Group Hotels gana en los Premios a la Iniciativa Hotelera el reconocimiento de Mejor responsabilidad social corporativa - We are water.

Amàre Beach Hotel Ibiza es galardonado por Jet2holidays con el reconocimiento Quality Award 2022 y por British Airways Holidays con el Customer Excellence Award.

El **Amàre Beach Hotel Ibiza** ha dado un paso importante hacia la sostenibilidad al certificar su huella de carbono y registrarse en el **Registro Balear de Huella de Carbono**. Este hotel se ha convertido en el primer establecimiento de Fuerte Group en inscribir oficialmente su huella de carbono. Todo ello ha conllevado un proceso de auditoría de verificación del cálculo de la huella, quedado certificado con la prestigiosa certificación **ISO 14064**.

Este logro no solo demuestra su compromiso con la descarbonización, sino también su liderazgo en sostenibilidad dentro del sector hotelero. Y es que este modo de pensar lleva siendo patente durante muchos años, prueba de ello las certificaciones **ISO 14001** – Sistemas de gestión ambiental que ostentan **Fuerte Grazailema** (ubicado en el Parque Natural Sierra de Grazailema), **Fuerte Conil-Resort** y **Fuerte El Rompido** (junto al Paraje Natural de La Flecha). Estos dos últimos, además, han renovado en 2023 su certificación **Travelife Sustainability System**, con categoría Gold, símbolo de años de compromiso con su riguroso sistema.



Amàre Beach Hotel Ibiza



02.

PROGRESOS
Y METAS

1 FIN DE LA POBREZA



2 HAMBRE CERO



5 IGUALDAD DE GÉNERO



6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



13 ACCIÓN POR EL CLIMA



14 VIDA SUBMARINA



15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



2.1. Abanderando el Pacto Mundial

Siguiendo la tradición de los últimos años, hemos alineado nuestras iniciativas con las directrices más recientes, tomando como referencia los **diez principios del Pacto Mundial** y los **Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU**. Nuestro enfoque consiste en medir, analizar y administrar meticulosamente, lo que nos permite progresar en cada etapa, identificando áreas de mejora y fortalezas. Este proceso es fundamental para seguir progresando e innovando en nuestro compromiso con la protección del medio ambiente y el bienestar de la comunidad que nos rodea.

Además del reporte anual de progreso, la compañía ha colaborado activamente en la **The 4th Meeting of the Expert Group on Measuring Tourism Sustainability (MST)**, que tuvo lugar en Marbella a finales de año. Este proyecto pionero busca estandarizar los indicadores utilizados por las compañías turísticas para establecer un consenso y unas pautas homogéneas dentro de la diversidad de empresas.



**SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS**



The 4th Meeting of the Expert Group on Measuring Tourism Sustainability (MST)

2.2.

Objetivos 2023

Fuerte Group Hotels implementa diversas acciones alineadas con distintos objetivos. La correlación de estas acciones con compromisos como el Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se presenta en la tabla siguiente, la cual detalla el análisis de su desempeño a lo largo del ejercicio 2023:

ODS relacionados	Objetivos propuestos para 2023	Evaluación de su cumplimiento
1 	Mantener el objetivo de reducción de huella de Carbono 1 % por cliente, orientando y revisando anualmente este objetivo según las acciones implementadas en los centros hoteleros.	Conseguido. Se ha reducido un 8,4 % los gases de efecto invernadero emitidos por cliente en todos nuestros centros.
2 	Sensibilización sobre la contaminación por plástico en el mar y océanos y puesta en valor de alternativas para paliar y contribuir a su reducción, mediante cooperación con organizaciones y economía circular.	Conseguido. Se han realizado colaboraciones con The Gravity Wave para la retirada de más de 2 toneladas y media de plástico del Mediterráneo. Además, se ha seguido promoviendo nuestro proyecto Mares Limpios.
3 	Formación en RSC y Circularidad dentro del campus de formación del personal, atendiendo en la necesidad de ahorro de consumos y las buenas prácticas en la separación de los diferentes residuos de fracción.	Conseguido. Se han actualizado contenidos en RSC y Circularidad, especialmente elaborados para los empleados de Amàre Beach Hotel Ibiza, alineado con uno de los objetivos de su Plan de Circularidad, pionero en la empresa.
4 	Mejorar en el sistema de medición de residuos, actualizando el procedimiento correspondiente, apoyando esta acción mediante formación del personal.	Conseguido. Gracias al Plan de Circularidad de Amàre Beach Hotel Ibiza se ha desarrollado un procedimiento piloto en este hotel, que será exportado al resto de hoteles si la operativa lo permite.

	ODS relacionados	Objetivos propuestos para 2023	Evaluación de su cumplimiento
5		<p>Hacer una revisión del plan de mejora continua y localizar los puntos de mejora para elevar la satisfacción de los clientes. Los objetivos de calidad de 2023 están alineados con las líneas estratégicas de la empresa y acordes con el propósito de generar experiencias que superen las expectativas de los clientes.</p>	<p>Conseguido. Nuestras marcas se han superado en la mayoría de indicadores, y para El Fuerte Marbella se ha establecido una encuesta de satisfacción intermedia para conocer la opinión del cliente a mitad de su estancia, y facilitando así cumplir expectativas.</p>
6		<p>Estudiar métodos de reducción de consumo de agua dentro de las propuestas de mejora. Tener este punto en cuenta de cara a remodelaciones y mejoras de las instalaciones.</p>	<p>Conseguido. En El Fuerte Marbella se han reducido la zona de praderas, aplicado xerojardinería, y se mantienen nuestro procedimiento de ahorro de agua de riego.</p>
7		<p>Colaborar activamente en la conservación del entorno de los centros hoteleros, y de los fondos marinos en concreto, como parte del Proyecto Mares Limpios.</p>	<p>Conseguido. Se ha colaborado con la asociación Equilibrio Marino dentro de nuestro proyecto Mares Limpios, y con The Gravity Wave para la eliminación de plásticos del fondo del mar Mediterráneo.</p>
8		<p>Continuar afianzando las iniciativas del Plan de Igualdad de la empresa y el desarrollo de sus iniciativas, relacionadas con el ODS5 (sobre igualdad de género).</p>	<p>Conseguido. La empresa ha iniciado su proceso de certificación por la Asociación Más Familia, para ser reconocida de como Empresa Familiarmente Responsable.</p>
9		<p>Informar a nuestros stakeholders sobre nuestras políticas de Responsabilidad Social Corporativa y de circularidad, e instarles a definir en sus propias empresas buenas prácticas ambientales.</p>	<p>Conseguido. Anualmente se publica y comunica activamente nuestro informe de progreso, y se distribuye en formato electrónico a todos nuestros grupos de interés. También está disponible en nuestros hoteles para consulta en 2 idiomas.</p>
10		<p>Realizar experiencias con los clientes que pongan el valor las tradiciones del contexto donde quedan sitios los centros hoteleros.</p>	<p>Conseguido. Fuerte Live ofrece un gran abanico de posibilidades de experiencias únicas. Consultar en https://www.fuertehoteles.com/fuerte-live/</p>
11		<p>Desarrollar nuevas iniciativas para continuar con la política de desarrollo del talento.</p>	<p>Conseguido. Nuestro programa Crece ha impulsado la carrera de 83 trabajadores, como se desglosa en el apartado correspondiente.</p>

2.3. Comunicaciones y campañas

En 2023 **Fuerte Group Hotels** mantuvo su apuesta por la transparencia de su negocio a través de una intensa comunicación con sus respectivos grupos de interés.

Algunas de las herramientas utilizadas para ello fueron el envío de notas de prensa, el cierre de entrevistas, la gestión de peticiones informativas vía cuestionarios, el mantenimiento de relaciones con los principales medios de comunicación locales y nacionales, y la organización de eventos como el que tuvo lugar el 15 de septiembre de 2023 para inaugurar oficialmente el nuevo **El Fuerte Marbella**.

Aparte, y como viene siendo habitual en los últimos años, se ahondó en el uso de las **redes sociales** para divulgar las novedades, eventos y visitas relevantes de los hoteles.

En este sentido cabe destacar las campañas llevadas a cabo por los establecimientos de la marca **Amàre Hotels** asociándose a perfiles muy conocidos en los principales mercados emisores de sus establecimientos de Ibiza y Marbella, como son el de **Emma Walsh, Rachel Holland, Sara Fructuoso, Laetitia Viola, Polina y Lu-louisaa, entre otros**.

Por su parte, **Fuerte Hoteles** optó por alianzas nacionales, seleccionando como embajadoras de marca a conocidas influencers españolas como **Natalia, Noelia López y María José Suárez, entre otras**.

Los resultados de ambas campañas fueron todo un éxito, ya que con ellas se lograron en total más de **20 millones de impresiones en Instagram**.

Estas acciones se complementaron con otras que buscaban principalmente dar a conocer el nuevo hotel de 5 estrellas **El Fuerte Marbella**. A este respecto, las impresiones logradas superaron la cifra de **26 millones**.

Gracias a esta intensa comunicación, los perfiles sociales de las marcas **Fuerte Hoteles, Amàre Hotels y El Fuerte Mabella** protagonizaron importantes crecimientos, mostrando el siguiente número de seguidores al término de 2023:

Seguidores en redes sociales

MARCA	Instagram	Facebook	X	YouTube
Fuerte	31.902	62.925	7.726	1.614
Amàre	65.997	35.472	1.164	3.874
El Fuerte	8.486	1.202	-	50

En el caso de la divulgación de los avances de **Fuerte Group Hotels** en materia de sostenibilidad, gran parte de los proyectos ejecutados figuran en la web que el grupo creó en 2022 para explicar sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa: <https://www.fuerte-group.com/rsc/>.



En ella figuran las iniciativas sostenibles más destacables de las realizadas por los hoteles; así como los hitos, resultados y premios que avalan el actual posicionamiento de **Fuerte Group Hotels** como una de las cadenas hoteleras más sostenibles de Andalucía.

2.4.

Relaciones con nuestros grupos de interés

El día a día de Fuerte Group Hotels pasa por mantener unas excelentes relaciones con sus principales grupos de interés, tanto a nivel de las **empresas turísticas locales, nacionales e internacionales**; como de los grupos privados y públicos con los que opera en todo el territorio nacional.

En el ámbito social:

Destacan las colaboraciones con instituciones, asociaciones y centros de formación del sector turístico, algunas de ellas muy longevas, mostrando la implicación que Fuerte Group Hotels ha mantenido siempre con el desarrollo de los destinos turísticos dónde está presente:



ASOCIACIÓN
ANDALUZA
DE LA EMPRESA
FAMILIAR

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

En el ámbito económico

A nivel empresarial, Fuerte Group Hotels también ha dado prioridad a la fluidez de sus contactos con el sector financiero; y con el entramado empresarial involucrado en el negocio hotelero como es el caso de los touroperadores, las agencias de viaje, las aerolíneas, los receptivos y, en los últimos años, las OTAS, entre otras muchas empresas.

También ha impulsado la firma de acuerdos con proveedores, que siempre que ha sido posible han sido locales, cumpliendo así su premisa de apoyar el desarrollo del entorno económico local de los lugares dónde están presentes sus establecimientos.

A todos ellos les ha solicitado la adhesión a **prácticas sostenibles y de respeto al medioambiente**, que es un requisito prácticamente obligatorio a la hora de colaborar con Fuerte Group Hotels.

En el ámbito ambiental:

Fuerte Groups Hotels aprovecha todos sus vínculos con sus respectivos grupos de interés para hacer apología del respeto al medioambiente. Su compromiso con el **Pacto Mundial de las Naciones Unidas** es tal, que aprovecha su relación con proveedores, clientes y empleados para animarlos a incorporar prácticas sostenibles en su día a día y, sobre todo, en todas aquellas acciones que implican a sus establecimientos.

Algunas de ellas están relacionadas con los proyectos que Fuerte Group Hotels pone periódicamente en marcha con la colaboración de importantes empresas y ONGs como WWF España, con la que colabora en 'La Hora del Planeta'; Equilibrio Marino y The Gravity Wave, entre otras.



Fuerte Group Hotels se ha aliado con Gravity Wave para combatir la contaminación plástica en mares y océanos.

Análisis de materialidad

Entender las opiniones y preocupaciones de nuestros colaboradores clave nos ayuda a dirigir nuestra estrategia y metas hacia áreas de alto impacto. Es esencial renovar y mantener el diálogo con nuestros stakeholders para fortalecer la transparencia y el compromiso. Al identificar los asuntos más importantes para cada sector, podemos ajustar prácticas que no se alineen con estos intereses y con nuestra política de **Responsabilidad Social Corporativa**. Además, esto es clave para anticiparnos a cualquier problema potencial que pueda influir en nuestra empresa o su contexto.

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

La metodología de consulta se define por los siguientes puntos:



Hotel Forte Conil-Resort

Esta metodología que integra el concepto de doble materialidad, en línea con los nuevos requisitos de los estándares internacionales. Este enfoque tiene en cuenta dos elementos:



Materialidad financiera

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



Materialidad medioambiental y social (o materialidad de impacto)

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

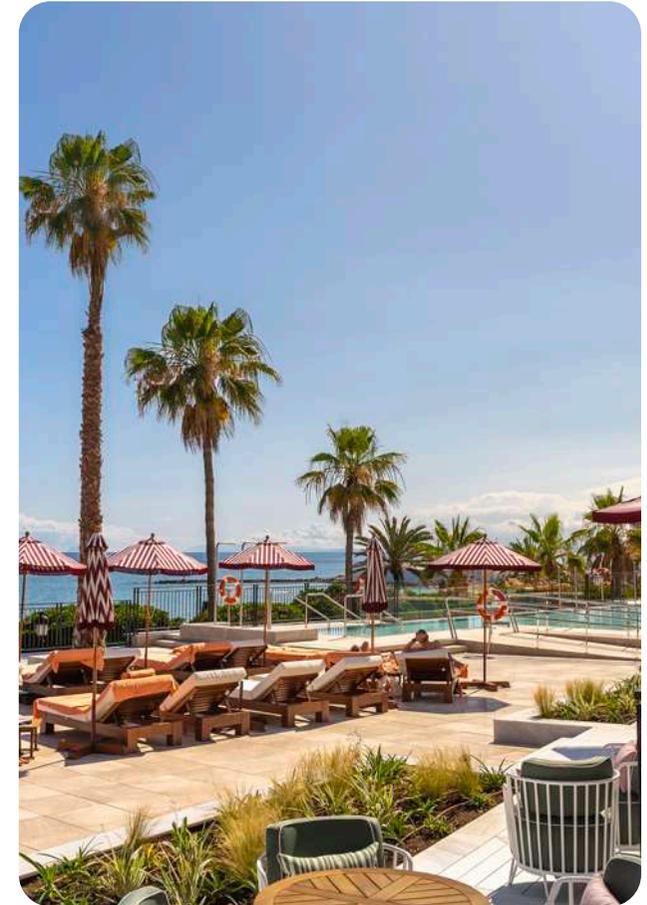
Mediante este análisis de materialidad, buscamos comprender a fondo los desafíos más críticos en términos de sostenibilidad y valor para Forte Group Hotels. Esto nos permite priorizar acciones, establecer estrategias sólidas y comunicar de manera efectiva nuestros esfuerzos en responsabilidad corporativa.



Efectos del entorno sobre
el valor económico de la
compañía

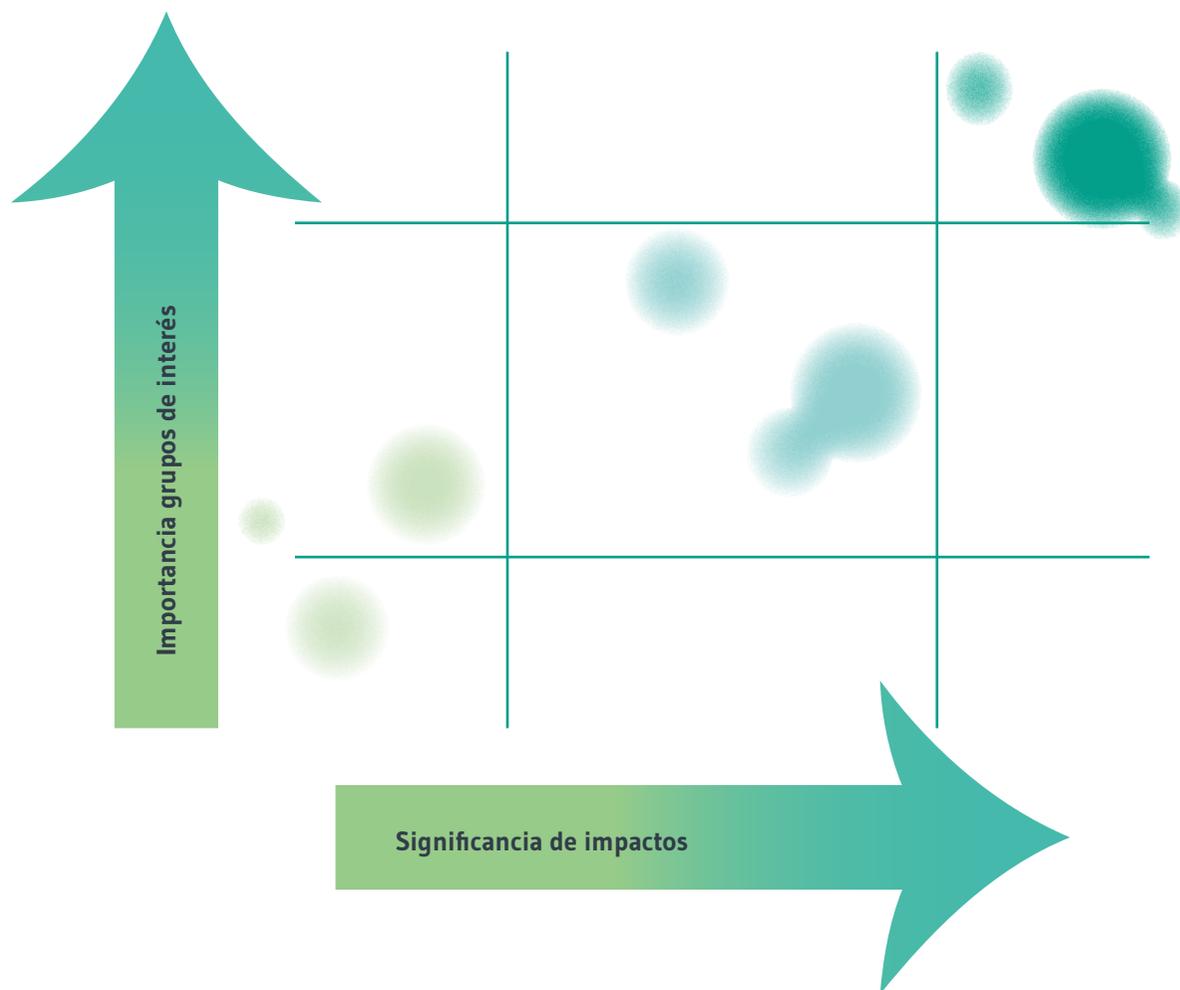


Impacto de la organización sobre
las personas, el medioambiente y
derechos humanos



El Forte Marbella

Teniendo en cuenta esta retroalimentación, priorizamos los aspectos y asuntos identificados en función de su importancia percibida por los grupos de interés. Esta priorización nos permite enfocar nuestros esfuerzos y recursos en los temas que son considerados materiales y de mayor relevancia para ellos. Esta información se derivará a la **estrategia de sostenibilidad** como feedback indispensable:



Es fundamental tomar conciencia de los beneficios que conlleva realizar un estudio de los aspectos materiales, tal como se ha indicado hasta el momento. Algunos de estos beneficios destacados incluyen:

Enfoque estratégico:

El análisis de materialidad nos ayuda a enfocar nuestra estrategia y objetivos en los temas más importantes. Al identificar y priorizar estos aspectos clave, asignamos recursos de manera más efectiva, logrando resultados significativos en sostenibilidad y responsabilidad corporativa.

Diálogo con los grupos de interés:

El análisis de materialidad facilita la comunicación con nuestros grupos de interés. Involucrarlos en este proceso nos permite entender mejor sus perspectivas y expectativas, promoviendo la transparencia y fortaleciendo las relaciones y la confianza en nuestras decisiones estratégicas.

Orientación hacia los clientes y consumidores:

Este análisis nos permite identificar y responder a las necesidades de nuestros clientes y consumidores, ajustando nuestra estrategia empresarial para mantenernos relevantes y competitivos en el mercado.

A posteriori, tras obtener las respuestas de los grupos interesados, se organizan y analizan las puntuaciones que han dado a los temas materiales propuestos. En este caso, los temas seguían el esquema de identificación de key points de la nueva directiva:

CATEGORÍA	NOMENCLATURA	DESCRIPCIÓN
ESTÁNDARES TRANSVERSALES	ESRS 1	Principios principales
	ESRS 2	Evaluación general, estrategia, gobernanza y materialidad
ESTÁNDARES AMBIENTALES	ESRS E1	Cambio climático (mitigación y adaptación)
	ESRS E2	Contaminación
	ESRS E3	Agua y recursos marinos
	ESRS E4	Biodiversidad y ecosistemas
	ESRS E5	Uso de recursos y economía circular
ESTÁNDARES SOCIALES	ESRS S1	Principios generales, gobernanza y evaluación de materialidad
	ESRS S2	Los trabajadores en la cadena de valor
	ESRS S3	Comunidades afectadas
	ESRS S4	Consumidores
ESTÁNDARES DE GOBERNANZA	ESRS G1	Gobernanza, gestión de riesgos y control interno
	ESRS G2	Conducta empresarial



Trabajadores de Forte Conil - Resort en limpieza del entorno

Resultados

Características de la encuesta

Se tradujo a 3 idiomas:

- Español
- Inglés
- Alemán

Fue enviada a los stakeholders principales:

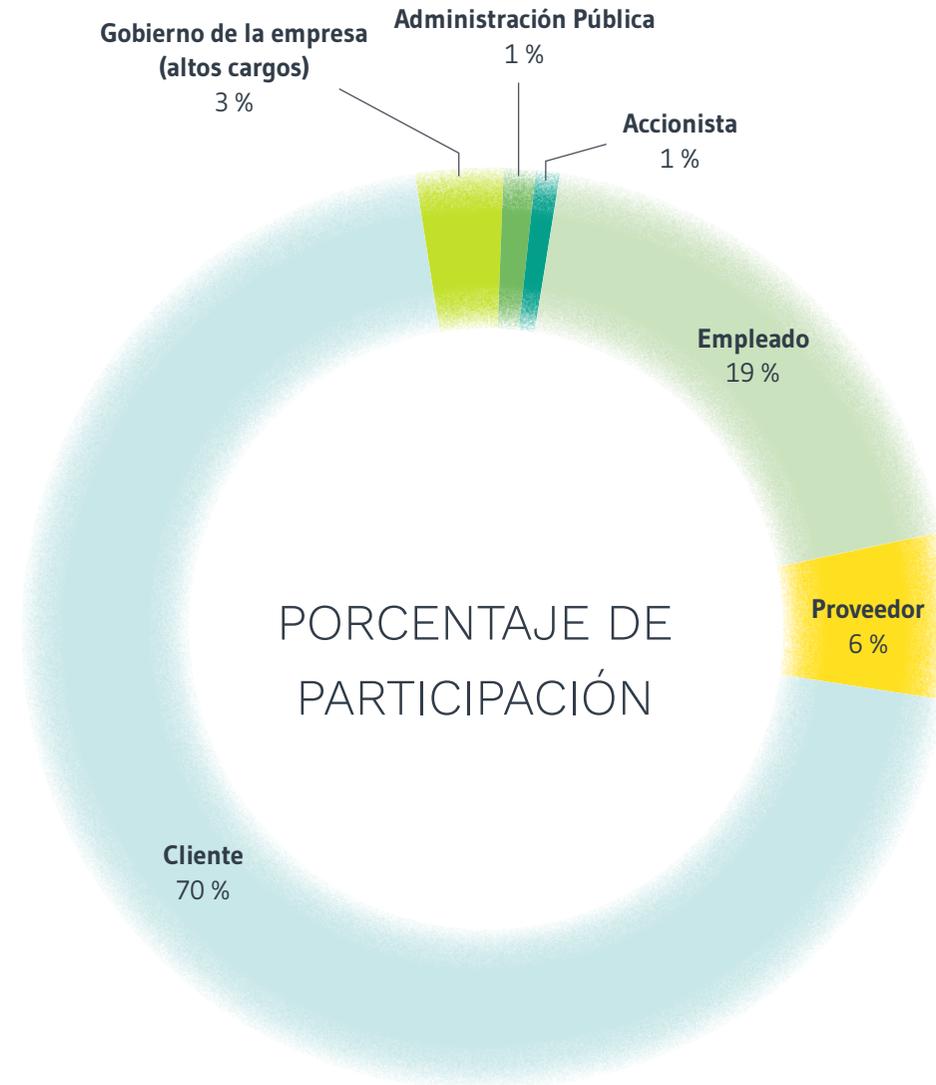
- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Administraciones Públicas

3 bloques principales:

- Área social: buenas prácticas laborales y desarrollo junto a la comunidad local
- Área medioambiental y lucha contra el cambio climático
- Área de temas transversales y gobernanza

Nacionalidades de los encuestados:

La encuesta fue enviada a más de 10.000 direcciones de correo electrónico de nuestras bases de datos, seleccionándose al azar las nacionalidades. No obstante, puede observarse que las tasas de respuesta de españoles y alemanes han sido mayor que en inglés.



El porcentaje de respuestas fue mayor el de clientes 70 % en todos los idiomas, seguido de los empleados del hotel de 19 %, con una participación más reducida de proveedores y administración pública.

La acogida fue mayor para los españoles, seguidos de la participación de los stakeholders alemanes, siendo Reino Unido los terceros en el ranking.

Tras realizar los cálculos, las puntuaciones de los temas materiales, en orden descendente de importancia, fueron los siguientes:

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



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



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



1. Gestión sostenible de los residuos, reciclaje y guerra al plástico.
2. Excelencia en los niveles de calidad de servicio.
3. Buenas prácticas en el uso del agua, disponer de protocolos y medidas de ahorro.
4. Buen clima laboral. Existencia de políticas de empleo y prácticas laborales.
5. Igualdad de oportunidades para el personal. No discriminación (género, raza, etc.).
6. Respeto a los derechos humanos.
7. Eficiencia energética y reducción de la huella de carbono.
8. Uso de materiales sostenibles (maderas ecológicas, champú biodegradable, etc.).

9. Impacto positivo en la comunidad local donde se emplazan los hoteles. Compras a proveedores locales, contratación local, etc.
10. Plan de Prevención del desperdicio alimentario.
11. Impacto positivo en la comunidad local. Proyectos sociales, selección de proveedores locales y pequeños productores, etc.
12. Inversión en formación y educación del personal.
13. Iniciativas y campañas de protección ambiental (biodiversidad, espacios naturales protegidos, etc...).
14. Mitigación del impacto ambiental a través de una política basada en economía circular.
15. Disponer de certificaciones o sellos ambientales que aseguren un desempeño sostenible de la empresa a todos los niveles (eficiencia, ahorro energético, energías renovables, reciclaje...).

16. Programas de retención de talento profesional y contratación local.
17. Búsqueda de experiencias auténticas y representativas de la cultura local.
18. Buen gobierno y transparencia en los resultados y procesos.
19. Disponer de una estrategia de sostenibilidad transversal que implique a todos los departamentos y niveles de la empresa.
20. Innovar y ofrecer diferentes marcas con identidad propia.
21. Buenos resultados financieros.



03.

RESPETO
AL MEDIO
AMBIENTE

6 AGUA LIMPIA
Y SANEAMIENTO



7 ENERGÍA ASEQUIBLE
Y NO CONTAMINANTE



10 REDUCCIÓN DE LAS
DESIGUALDADES



11 CIUDADES Y
COMUNIDADES
SOSTENIBLES



12 PRODUCCIÓN
Y CONSUMO
RESPONSABLES



13 ACCIÓN
POR EL CLIMA



14 VIDA
SUBMARINA



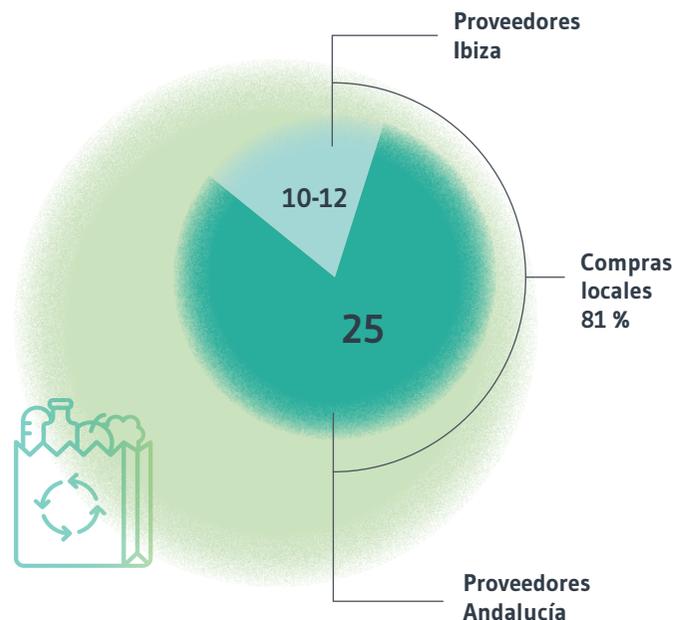
15 VIDA
DE ECOSISTEMAS
TERRESTRES



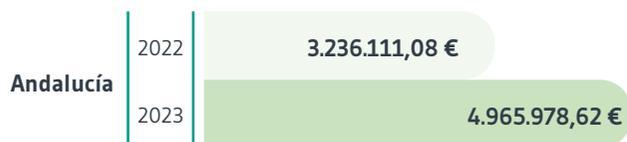
3.1.

Compras responsables

El uso de materias primas autóctonas constituye una base fundamental para el éxito de la oferta gastronómica local, que incluye platos típicos de la región y sabores que representan la identidad del lugar donde se enmarcan, en contexto físico y cultural, nuestros hoteles. De esta manera, cada hotel establece una relación cercana y directa con **proveedores locales**, ofreciendo a los visitantes experiencias auténticas y genuinas.



Compras de origen local



El **aumento de compras de origen local** es sustancialmente significativo (**45 %**) respecto del año anterior. El 2023 ha sido un año con mayores ocupaciones en general, y la necesidad de compra ha sido mayor. El **56 %** sobre el total de las compras a nivel Grupo son locales, resultando que un **81 %** de las compras locales se concentran en **Andalucía en 25 proveedores** mientras que las de **Ibiza** en se concentrarían entre **10-12 proveedores**.

Estos datos ponen de manifiesto nuestro compromiso con la apuesta del **producto de cercanía**, de menor implicación en transporte (y su huella de carbono asociada) y fomento del crecimiento económico del entorno más próximo.



Bodegas Sancha Pérez

3.2.

Residuos y circularidad

Aprovechando la coyuntura de la **Covid 19**, desaparecieron elementos compartidos que favorecieron la reducción de uso de papel para comunicaciones, dando paso a una **comunicación mucho más eficiente**, respetuosa y tecnológica, con nuestros clientes y con el equipo. Se sustituyeron las cartas de restaurante, documentos de recepción, recibos, etc.

Con el objetivo de **minimizar el uso de plástico**, hemos implementado medidas para ofrecer alternativas sostenibles en nuestros desayunos buffet. Por ejemplo, brindamos la opción de agua no embotellada y zumos naturales en botellas de cristal de mayor capacidad y recargables.

Además, hemos introducido la disponibilidad de productos a granel, como frutas y charcutería, para reducir el uso de envases individuales. De esta manera, buscamos fomentar prácticas más responsables y contribuir a la reducción de residuos plásticos.

Es fundamental resaltar que una adecuada gestión de residuos y el progreso en su reducción son elementos clave para impulsar una **economía circular y baja GEI**, objetivos estrechamente vinculados a los valores de nuestro grupo. Por este motivo, durante este año se ha llevado a cabo un protocolo de automedición de resi-

duos para implantar en **Amàre Beach Hotel Ibiza**, con objeto de usarlo como **proyecto piloto** y extender esta metodología a toda la cadena hotelera.

Además, hemos implementado medidas para minimizar los productos perecederos desperdiciados, llevando a cabo un control más riguroso de las reservas y las necesidades a corto plazo, con el fin de reducir el porcentaje de desperdicio de alimentos. A futuro, cumpliendo con las leyes venideras, se implantará un **Plan de Prevención y Reducción de Pérdidas y Desperdicio Alimentario** para establecer mejoras donde se pueda optimizar el sistema, y con objetivo de la reducción del desperdicio de alimentos y favorecer la

jerarquía de prioridades, priorizando que el fin de los productos sea el consumo humano.

El **aceite de cocina** utilizado en nuestros hoteles es un residuo altamente contaminante, motivo por el cual, desde hace años, nos hemos comprometido a evitar su impacto ambiental transformándolo en **biocombustible** a través de gestores autorizados. Esta práctica ejemplifica nuestras acciones relacionadas con la **Economía Circular**, que promovemos en **Fuerte Group Hotels**. De esta manera, no solo reducimos el impacto negativo del residuo, sino que también contribuimos a la utilización responsable de los recursos y a la sostenibilidad ambiental.



Mare Nostrum - Amàre Beach Hotel Ibiza

En el año 2023, los residuos reciclados fueron los representados en la siguiente tabla:

Reciclaje 2023	Vidrio (kg)	Papel y Cartón (kg)	Envases ligeros (kg)	Aceite de cocina (L)
Fuerte El Rompido	9.415,00	30.000,00	3.498,50	1.132,50
Fuerte Conil Resort	48.300,00	5.550,00	2.960,00	450,00
El Fuerte Marbella	13.200,00	6.600,00	4.620,00	1.762,50
Fuerte Grazalema	2.570,00	4.330,00	1.250,00	479,00
Amàre Beach Hotel Marbella	26.900,00	15.100,00	3.900,00	1.500,00
Amàre Beach Hotel Ibiza	58.000,00	59.711,00	49.630,00	2.596,00
TOTAL	158.385,00	121.291,00	65.858,50	7.920,00

Por su parte, los residuos peligrosos se gestionaron debidamente con gestores especializados y bajo estricto cumplimiento legal.



Amàre Beach Hotel Ibiza

3.3.

Simbiosis con organizaciones

Fuerte Group Hotels colabora con diversas organizaciones sin ánimo de lucro, todas ellas comprometidas con el respeto a los entornos naturales y la protección del medioambiente. En 2023, llevó a cabo varias actividades de sensibilización para empleados, clientes y ciudadanos en colaboración con las siguientes asociaciones y entidades:

WWF España: 'La Hora del Planeta'
Pacto Mundial de la ONU
Equilibrio Marino
The Gravity Wave



Pacto Mundial
 Red Española



En señal de apoyo a la iniciativa de **WWF, Forte Grazalema, Forte Conil Resort y Amàre Beach Hotel Marbella** participaron en **"La Hora del Planeta"** apagando sus luces exteriores y decorativas interiores de 20:30 a 21:30 horas. De esta forma nos sumamos a reclamar acciones urgentes contra el cambio climático. Además, se colocaron carteles informativos para sensibilizar a los huéspedes sobre la importancia de ahorrar energía y restaurar ecosistemas.



Nuestras colaboraciones con ONGs reflejan nuestro firme compromiso con el respeto al medioambiente y el bienestar animal. También alentamos a nuestros clientes a ser responsables, eligiendo actividades que protejan y respeten a los animales.



Amàre Beach Hotel Marbella

En línea de ello, atendiendo a la preocupación de nuestros stakeholders por la guerra al plástico, y enmarcado dentro de nuestro **Proyecto Mares Limpios**, hemos realizado una acción de retirada de plástico de gran magnitud. Esto ha sido posible gracias a **The Gravity Wave** en colaboración con nuestro hotel de Ibiza. Para ello, por cada reserva en **Amàre Beach Hotel Ibiza** rea-

lizada a través del call center o la web corporativa, se ha recogido **1 kilo de plástico del Mediterráneo**. Finalmente se superaron ampliamente las expectativas, retirando más de **2 toneladas y media** en 1 mes de campaña. El **40 %** del plástico recolectado proviene de redes fantasma, peligrosas para la fauna marina. Del **60 %** restante, el **30 % son envases**, el **10 % metal y**

aluminio, y el **20 % otros plásticos**.

Este año, en colaboración con **Equilibrio Marino**, hemos lanzado una campaña de concienciación sobre el **Placer de Bóvedas**, un espacio natural de gran valor ecológico y belleza en la provincia de Málaga.



3.4.

Más eficiencia, menos consumo

CONSUMOS

Para mejorar la eficiencia, a lo largo del año 2023, se ha perseverado en la supervisión de los indicadores de consumo de combustibles y otras significativas materias primas por parte del “**controller de energía**”, designado como responsable de dicho cometido al interior de nuestra empresa. Su labor abarca la exhaustiva monitorización de todos los desembolsos energéticos que atañen a los centros hoteleros que conforman nuestra cadena, y futuramente se facilitará con la implantación del **Cuadro de Mandos Energético**.

Este proyecto de **Cuadro de Mandos Energético** será fundamental para realizar el seguimiento de los consumos en tiempo real por diferentes agentes de la compañía, como directivos y encargados de mantenimiento, haciendo mucho más eficaz la respuesta inmediata ante posibles desviaciones.



En la siguiente tabla se compara el progreso en los consumos de 2023 respecto a 2022:

	Fuerte el Rompido	Fuerte Conil Resort	Fuerte Grazalema	Amàre Beach Hotel Marbella	Amàre Beach Hotel Ibiza
Electricidad (KWH)	↑ 10,33%	↑ 1,09%	↑ 4,18%	↓ 9,63%	↓ 0,85%
Propano (KG)	↑ 7,81%	↓ 7,92%	↓ 9,92%	↓ 3,31%	*
Gas Natural (KWH)	*	*	*	*	↓ 3,79%
Agua (m³)	↑ 15,48%	↓ 7,54%	↑ 13,66%	↓ 24,04%	↓ 19,55%
Gasóleo C (L)	*	↓ 6,77%	↑ 10,84%	↓ 7,34%	

*Hoteles que prescinden de gas natural o uso de gasóleo C en sus instalaciones.

Dado que El Fuerte Marbella estuvo cerrado durante la temporada de 2022, no se cuenta con datos de consumo para ese período. Por lo tanto, su evolución se reflejará en el próximo informe de sostenibilidad.

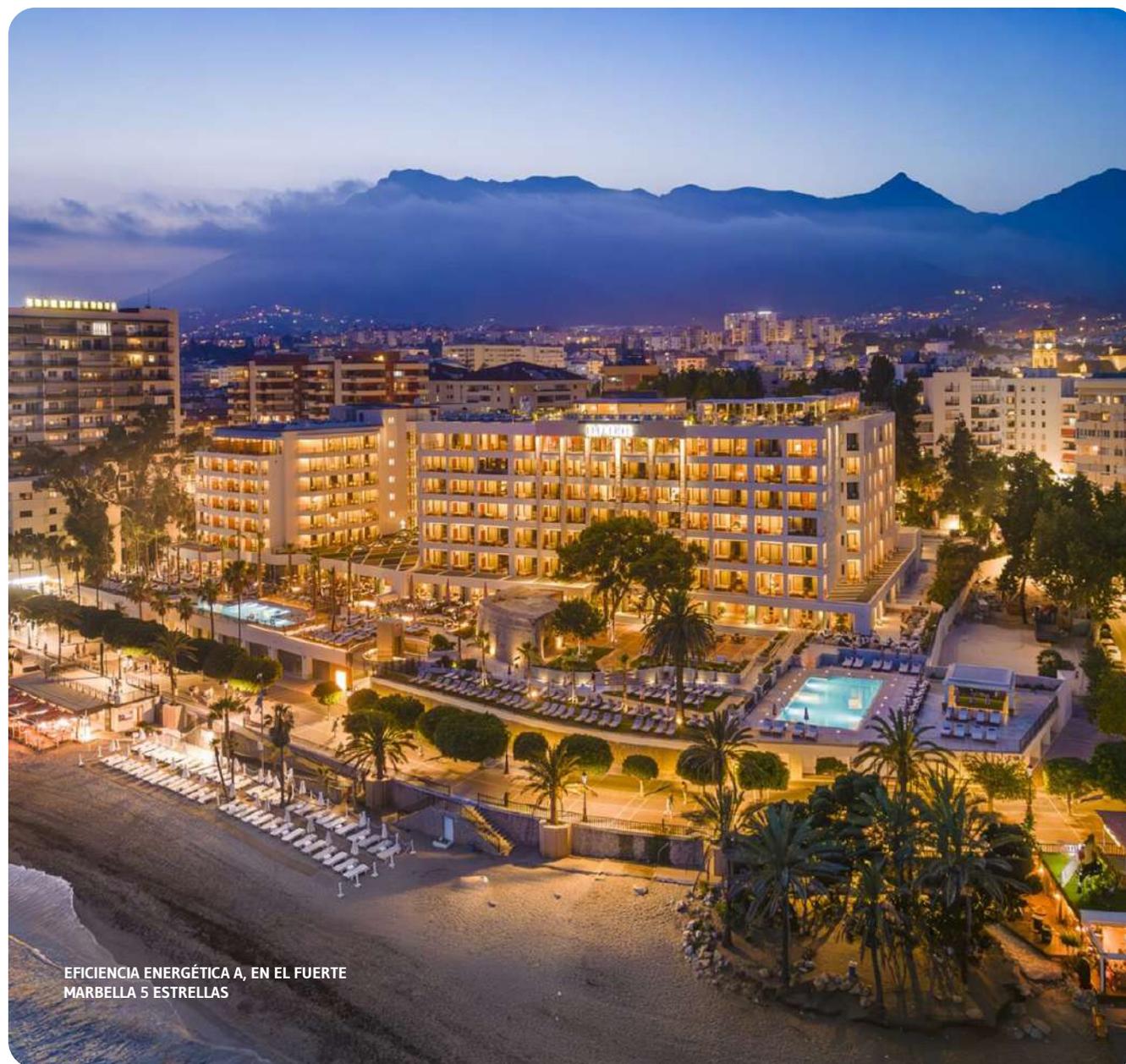
El Forte Marbella permaneció cerrado en 2022, y en 2023 abrió tras una reforma integral, entre otros motivos, en busca de implementación de **mejoras en la eficiencia energética**, añadiendo medidas para paliar el cambio climático y la lucha contra el despilfarro de agua. El resultado ha sido un **hotel de 5 estrellas** con categoría en **eficiencia energética A**, el máximo alcanzable.

Para todo Forte Group, economizar en consumos aporta beneficios obviamente económicos, pero también significan para nuestros clientes una diferenciación a la hora de elegir la compañía a la que confiar su estancia, aportando garantías de sostenibilidad turística.

Para **Olée Holiday Rentals** los consumos quedan a cargo de los particulares, por lo que no suponen objeto de este informe.



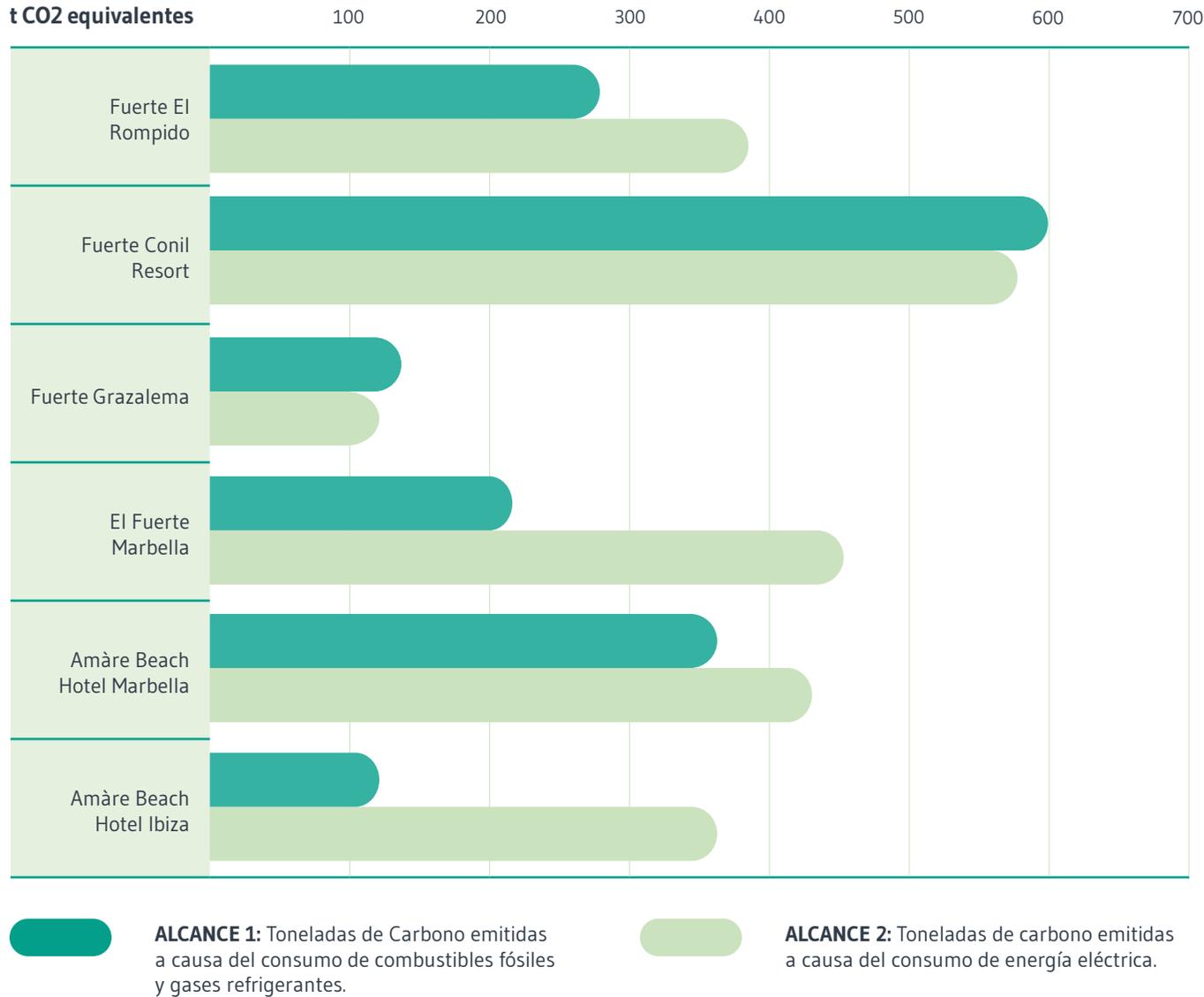
Olée Nerja Holiday Rentals



EFICIENCIA ENERGÉTICA A, EN EL FUERTE
MARBELLA 5 ESTRELLAS

El Forte Marbella

HUELLA DE CARBONO



El objetivo, de 1 %, ha sido rebasado con un 8,4 % kg CO2 equivalentes por cliente global y pernoctación, de modo que se considera un año exitoso en la gestión de la sostenibilidad.



Ya desde el año anterior se mantienen los cálculos de **huella de Carbono** utilizando los gases refrigerantes (emisiones fugitivas) dentro de nuestro alcance 1.

Asimismo, se han llevado a cabo diversas acciones en línea con el **Objetivo de Desarrollo Sostenible** (ODS) número 7, enfocado en el consumo de energía, con el objetivo de mejorar la eficiencia energética en nuestros hoteles. Entre las acciones destacadas se encuentran:

1. 

Sustitución de luminarias convencionales por luces LED de bajo consumo.

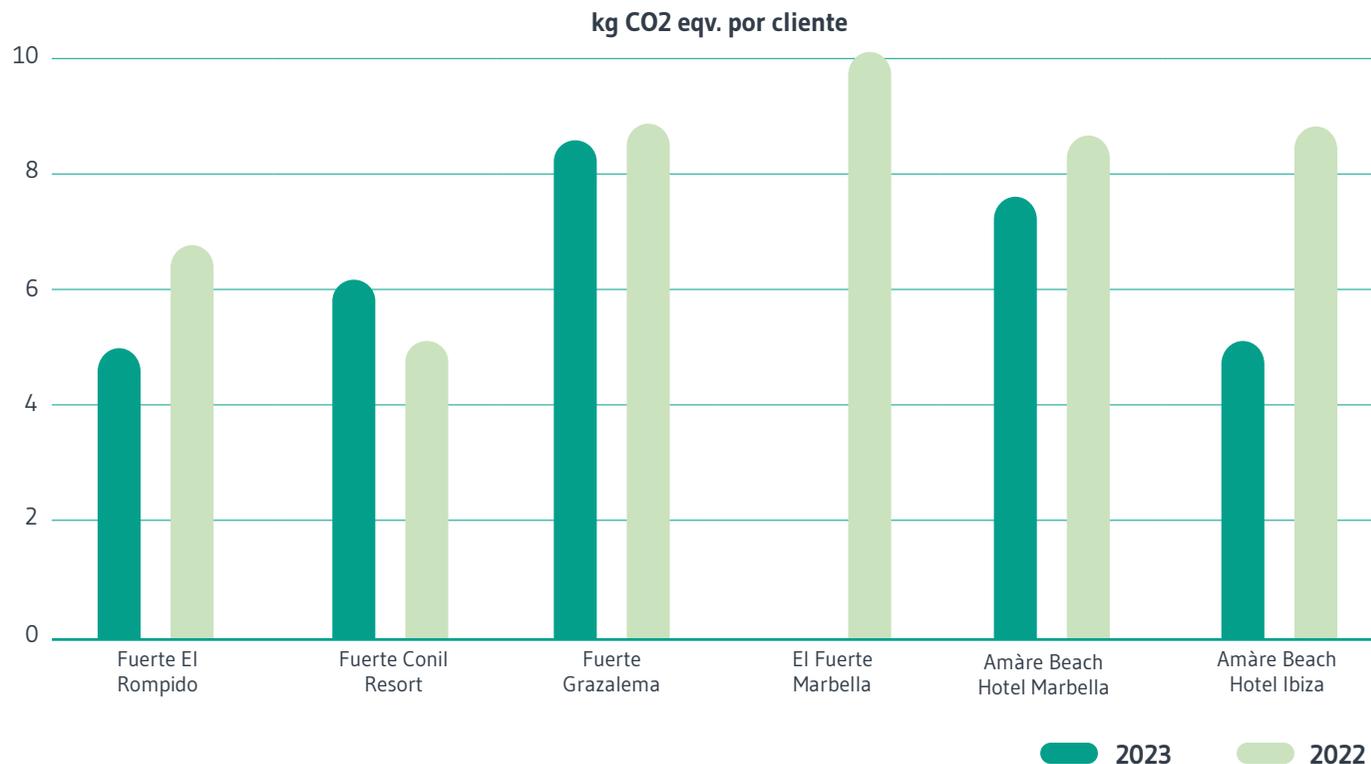
2. 

Sustitución de maquinaria industrial por modelos más eficientes.

3. 

Implementación de temporizadores para apagar las luces en diferentes áreas de los hoteles.

Este ha sido también el año en el que **Amàre Beach Hotel Ibiza** ha inscrito sus emisiones de gases de efecto invernadero en el **Registro Balear de Huella de Carbono**, para sus emisiones de 2021. Para ello ha tenido que pasar la auditoría para la certificación ISO 14064, de verificación del **Cálculo de Huella de Carbono**, con el propósito de ir alineados en la normativa autonómica y nuestros valores sostenibles. A esta hazaña se le suma la implantación de un Plan de Reducción de Emisiones, alineado con nuestro Plan Estratégico de Sostenibilidad, y el Plan de Circularidad de Amàre Beach Hotel Ibiza.



En el gráfico arriba representado, se muestra el indicador utilizado en nuestro grupo (**kg CO2 por cliente**) para realizar una comparativa de las emisiones de gases de efecto invernadero por cliente en cada hotel. Se observa que el hotel que más destaca en emisiones por cliente es **El Fuerte Marbella**, debido a que la ocupación no ha sido durante todos los meses habituales, y la generación de **GEI** "se reparte entre menos personas", por lo que resulta un dato anómalo que esperamos ver mejorar en 2024.

Para el resto de hoteles, las emisiones han resultado semejantes o inferiores, debido a las acciones acometidas por empleados y servicio técnico para cumplir con los objetivos de reducción, así como por el incesante trabajo de los **Comités de Eficiencia Energética y de Sostenibilidad**.

3.5.

DAIA, nuestra nueva marca sostenible y slow

El **DAIA Slow Beach Hotel Conil**, el primero de esta marca, supone un refugio de **cinco estrellas para adultos**.

Su ubicación privilegiada en la playa de la Fontanilla, una de las más hermosas de España, ofrece vistas impresionantes al océano Atlántico y puestas de sol inolvidables. Aquí, la tranquilidad y la exclusividad se combinan con una estética natural y cuidada, creando un ambiente perfecto para desconectar y disfrutar en pareja. La gastronomía se inspira en la esencia local, utilizando ingredientes saludables y productos de cercanía. En **DAIA**, cada detalle está diseñado para ofrecer una experiencia sensorial completa, desde la suave arena de la playa hasta los sabores auténticos de la región.



DAIA

SLOW BEACH HOTEL

DAIA traza un viaje gastronómico a través del mar, más auténtica, consciente y sostenible.



DAIA Slow Beach Hotel Conil

Slow es una corriente cultural o filosófica que promueve vivir con más calma, con enfoque en la salud y la plenitud. Se base en los siguientes principios:

SLOW LIFE

Promueve el equilibrio entre lo moderno y lo tradicional. No da la espalda a la tecnología ni a los avances de la era moderna, buscando mantener siempre la tradición del buen hacer, cuidando al medio ambiente.

SLOW FOOD

Fue el movimiento pionero de esta nueva tendencia que persigue conseguir un estilo de vida más pausado y que se generó como contraposición al primer establecimiento de comida rápida que se abrió en Italia. Nuestro hotel dispondrá de un menú variado, con gran fijación por el producto local y de temporada, la calidad de origen, y la oferta de platos para todos los tipos de necesidades y gustos: **Intolerantes a lactosa, gluten y vegano y vegetariano.**



DAIA Slow Beach Hotel Conil

Las acciones de sostenibilidad tendrán un estricto seguimiento a través de un panel de control específico, con el que se podrá evaluar el cumplimiento, las necesidades y objetivos para con esta nueva marca. Este diseño cuida de cada normativa, certificación y requisito tanto del marco legal actual como de las certificaciones ambientales y de **ESG** con las que Fuerte Group trabaja, con el valor añadido de los atributos de la **filosofía Slow**.

La marca **DAIA** ha sido diseñado con perspectiva sostenible y recibirá la certificación del **Travelife Sustainability System**. Este compromiso será especialmente valioso para los clientes que valoran la protección del entorno socioeconómico y los ecosistemas.

Así, las acciones incluídas se han dividido en las siguientes secciones:



**Residuos y
Economía Circular**



**Alimentos y
Proveedores**



Agua



Energía



Huella de Carbono



**Socio Cultural -
Igualdad**



Gestión Sostenible



**Certificaciones y otros
compromisos**



DAIA Slow Beach Hotel Conil

Y dentro de la operativa, su estrategia se asienta sobre estos pilares:

a) Diseño para la Circularidad:

- Considerar la durabilidad y la facilidad de reciclaje al seleccionar muebles, equipos y productos para el hotel.
- Fomentar el uso de materiales reciclados o reciclables en la construcción y renovación de instalaciones.

b) Reducción del Desperdicio de Alimentos:

- Implementar estrategias para reducir el desperdicio de alimentos en la cocina y el servicio de alimentos.
- Donar alimentos no utilizados a organizaciones benéficas locales si es factible.

c) Reciclaje y Compostaje:

- Establecer programas de reciclaje y compostaje en todo el hotel.
- Asegurar que los huéspedes y el personal estén informados sobre dónde y cómo separar los residuos de manera adecuada.

d) Reutilización y Reparación:

- Fomentar la reutilización de elementos tales como toallas y sábanas por parte de los huéspedes, en lugar de lavarlas diariamente.
- Mantenimiento preventivo de equipos y muebles en lugar de reemplazarlos cuando sea posible.

e) Gestión Eficiente del Agua y Energía:

- Implementar tecnologías de ahorro de agua y energía, como sistemas de iluminación eficiente y grifos de bajo flujo.
- Capacitar al personal para llevar a cabo prácticas de gestión eficiente de recursos.
- Establecer estrategias para la reducción de la huella de carbono.

f) Colaboración con Proveedores Sostenibles:

- Trabajar con proveedores que compartan el compromiso con la economía circular y ofrezcan productos y servicios sostenibles.
- Fomentar la compra local y el apoyo a proveedores de la comunidad.



DAIA Slow Beach Hotel Conil

g) Educar a los Huéspedes:

- Proporcionar información a los huéspedes sobre las prácticas sostenibles del hotel y cómo pueden contribuir durante su estancia.
- Ofrecer incentivos, como descuentos, a los huéspedes que opten por prácticas sostenibles, como la reutilización de toallas.
- Facilitar y aumentar la visibilización de las acciones sostenibles: comunicar acciones en diferentes medios (cartelería, web...).

h) Monitorización y Medición:

- Realizar un seguimiento regular del consumo de recursos y la generación de residuos.
- Utiliza datos para identificar oportunidades de mejora y evaluar el progreso hacia la economía circular.

i) Innovación y Experimentación:

- Estimular la innovación en la gestión de recursos y la adopción de tecnologías más sostenibles (estudio de nuevas opciones de energía renovable, reducción de la huella de carbono, etc.).
- Estar abierto a experimentar con enfoques nuevos y creativos para reducir el desperdicio y promover la circularidad.

j) Colaboración con la Comunidad:

- Participar en iniciativas comunitarias relacionadas con la economía circular.
- Colaborar con otras empresas locales y organizaciones para impulsar soluciones circulares a nivel regional y mejorar la economía local.

La aplicación de estos principios de economía circular en un hotel no solo puede reducir los costos operativos a largo plazo, sino que también va a mejorar la reputación del hotel y su contribución a la sostenibilidad ambiental.

Su apertura tendrá lugar en la temporada de 2024.



DAIA Slow Beach Hotel Conil

04.

NUESTRO
IMPACTO EN
LA SOCIEDAD



1 FIN DE LA POBREZA



2 HAMBRE CERO



3 SALUD Y BIENESTAR



4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



5 IGUALDAD DE GÉNERO



6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



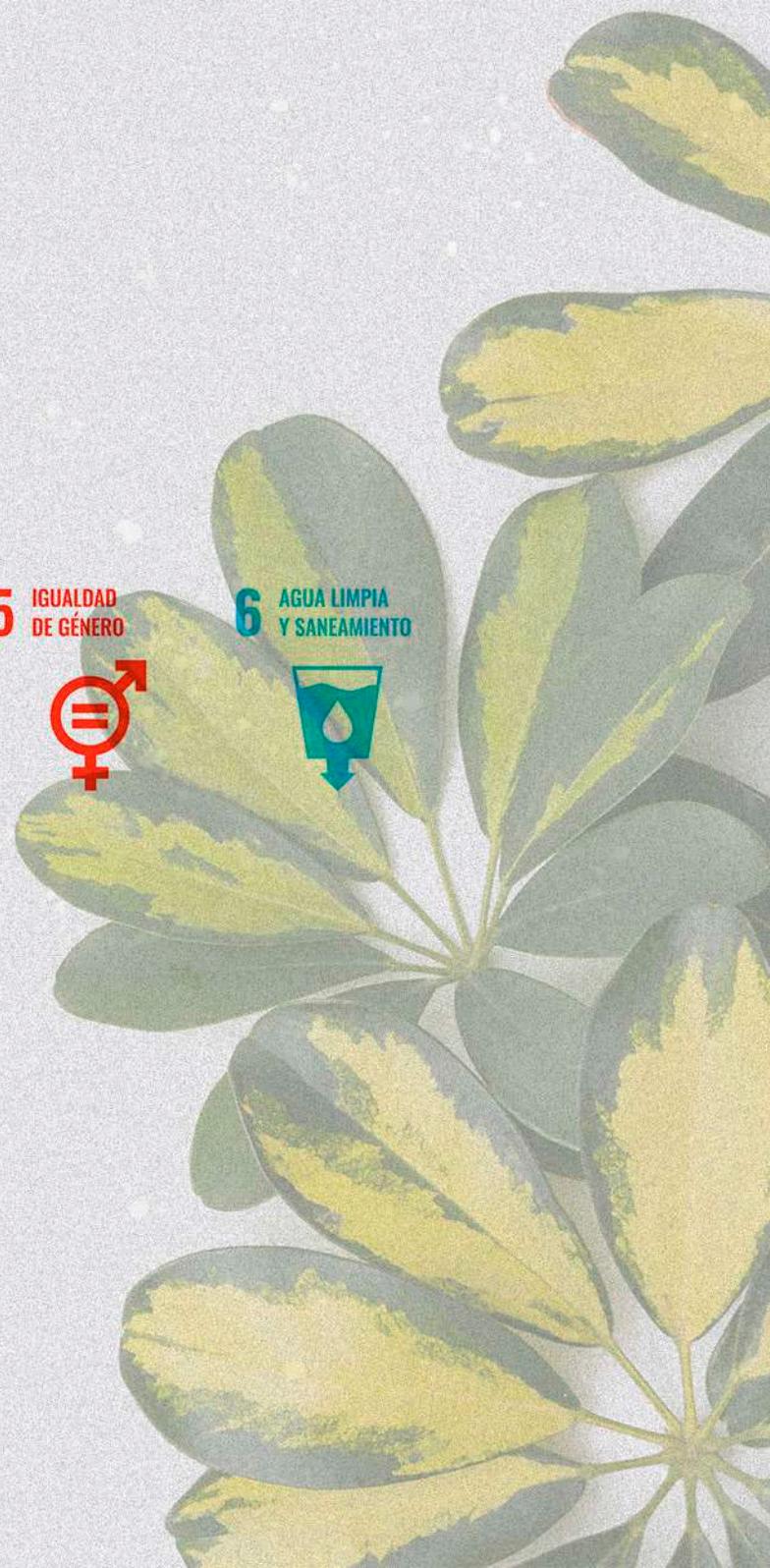
14 VIDA SUBMARINA



16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



4.1.

Excelencia en el servicio

El secreto de la permanencia de **Fuerte Group Hotels** como una de las cadenas andaluzas más longevas radica, principalmente, en su preocupación por la satisfacción de sus clientes; y en sus esfuerzos de mejora continua.

Otro aspecto singular es que esa preocupación atañe a todos los establecimientos del grupo, ya que la calidad es una premisa innegociable para todos.

Para poder analizar la evolución caso por caso, en 2023 se procedió a separar la valoración de los resultados obtenidos al cierre de la temporada por marca. Gracias a ello ahora es posible evaluar los datos de manera individual, teniendo en cuenta las particularidades, y las

expectativas, que tienen cada una de las respectivas clientelas de los hoteles **Fuerte (4 estrellas)**, **Amàre (4 estrellas recomendados para adultos)** y **El Fuerte (5 estrellas)**.

A este respecto, al cierre del pasado ejercicio todos ellos fueron calificados con entre el 90 % y el 95 % en calidad de limpieza, gastronomía y servicio, y sólo la gastronomía de Fuerte Hoteles fue un poco inferior con un 85,40 %.

Además, salvo en este indicador, que fue ligeramente inferior comparado con el 87 % del año anterior, en todos los demás, y para todas las marcas, se mejoraron los porcentajes alcanzados respecto a 2022.

	Fuerte Hoteles	Amàre Hotels	El Fuerte Marbella
Limpieza	92,80 %	94,20 %	95,70 %
Gastronomía	85,40 %	91,90 %	No hay resultados
Servicio	93,80 %	94,00 %	92,60 %



Servicio - El Fuerte Marbella

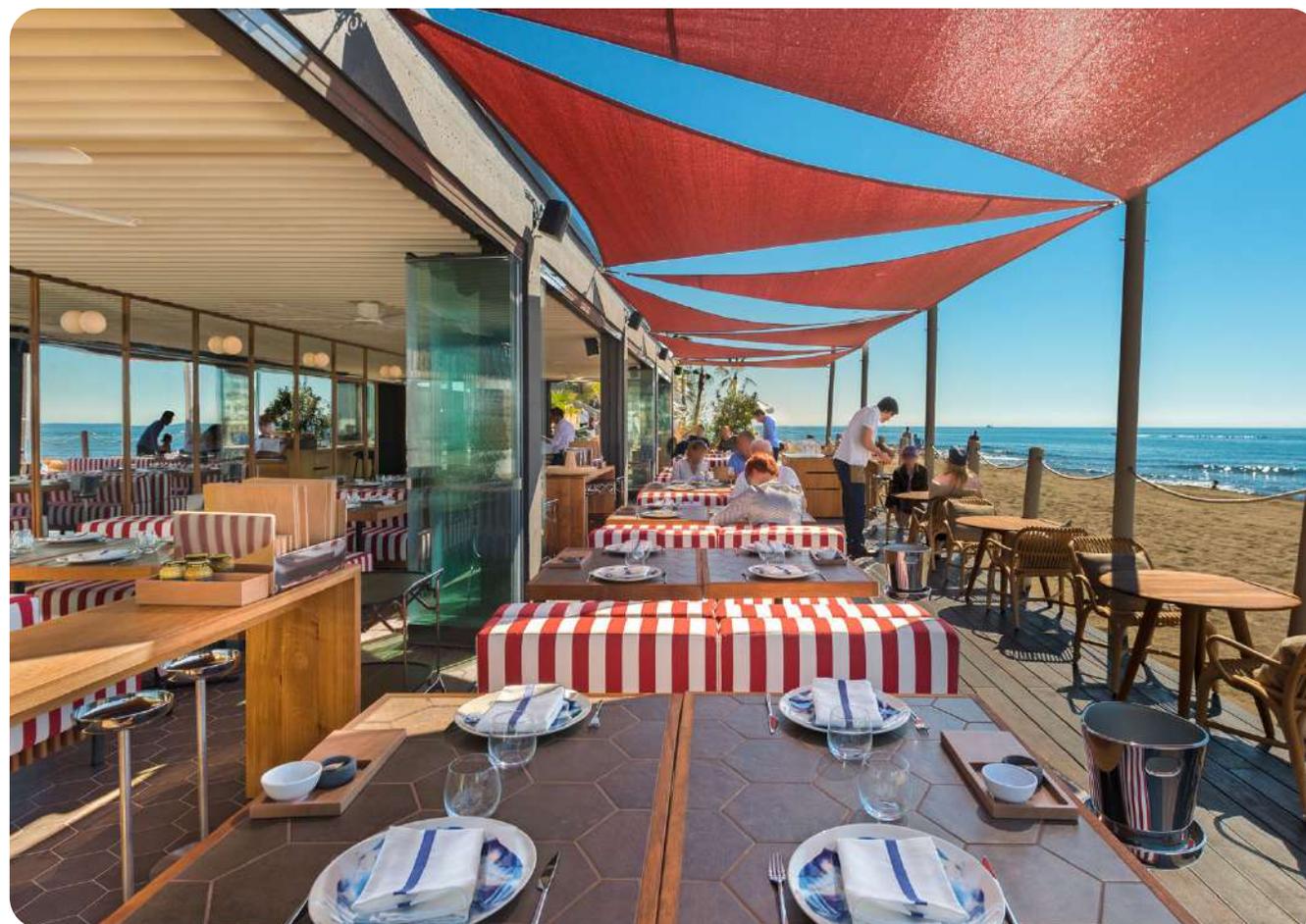
La alta fiabilidad de estas cifras responde a su origen. La mayoría provienen de **Reviewpro**, un programa que se ha convertido en la principal herramienta medidora de la satisfacción del cliente de muchas compañías hoteleras, ya que aglutina los comentarios de las encuestas internas y de los que el cliente deja en las **OTAS**.

A partir de ese exhaustivo análisis, la herramienta calcula unos índices de reputación online, que en el caso de todos los establecimientos de Fuerte Group Hotels en 2023 superó el **90 %**.

CALIDAD	Fuerte Hoteles	Amàre Hotels	El Fuerte Marbella
Nº de opiniones analizadas:	3816	2598	596
Índice de reputación online (GRI):	90,80 %	91,50 %	91,50 %
IPN (Índice de Promotores Netos)	94,50 %	96,00 %	87,50 %

Como novedad de la pasada temporada, y fruto de la incursión de **Fuerte Group Hotels** en el segmento de las **5 estrellas**, en 2023 El Fuerte Marbella incorporó un nuevo proceso, que ha mostrado ser de gran utilidad de cara a la mejora de la percepción de la calidad del hotel por parte de sus huéspedes.

Se trata de la realización de una encuesta que se lleva a cabo a mitad de la estancia, con el fin de garantizar que ésta está siendo de su agrado, y que anima a los clientes a ponerse en contacto con los responsables de la operativa en el caso de que haya algo que se puede mejorar.



Restaurante Soleo - El Fuerte Marbella

4.2.

Ética y desempeño corporativo

Código ético

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

“ A pesar de los 67 años que nos separan de la fundación de Fuerte Group Hotels en 1957, los valores que implementó mi padre al abrir El Fuerte Marbella se ven reflejados en este código ético con el que estamos absolutamente comprometidos.

Don José Luque García

Director general de Fuerte Group Hotels

- 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.

Este compromiso está firmemente establecido en nuestros equipos a través de formaciones de sostenibilidad y procedimientos específicos contra el acoso, el turismo sexual y la protección de la infancia en nuestros

establecimientos. Estas conductas son inadmisibles en nuestros centros y no se toleran en nuestra cadena de suministro, denunciando ante cualquier sospecha de incidente.

Anticorrupción

Asimismo, Fuerte Group Hotels dispone de todos los mecanismos necesarios para garantizar la prevención del blanqueo de capitales en la gestión de pagos, y mantiene absoluta transparencia en materia de datos relacionados con anticorrupción, medio ambiente, acción social y diversos temas financieros, que una vez al año son recopilados y auditados por la compañía internacional **UHY Fay & Co.**

Igualdad

En lo que respecta a la igualdad, la cadena sigue implementando acciones, que buscan cumplir con el **ODS 5** relativo a la igualdad de géneros.

Éstas, se enmarcan dentro del **Plan de Igualdad** del grupo andaluz, creado en 2022, con el que Fuerte Group Hotels difunde una cultura empresarial comprometida con la igualdad, sensibilizando a todo el personal de la necesidad de actuar y trabajar conjunta y globalmente en la igualdad de oportunidades.

Algo que se intenta aplicar, siempre que el mercado lo permite, en el ámbito de los procesos de selección y contratación; de la promoción y desarrollo de carrera; de la formación continua; de las retribuciones y de la conciliación de la vida laboral y personal.

No obstante, en 2023 se produjo una pequeña desviación que tuvo como consecuencia un ligero retroceso en el porcentaje de mujeres que ocupan puestos de mando o de mandos intermedios, situándose en un 32 % frente al 68 % masculino. Para corregirlo se han previsto una serie de acciones que se llevarán a cabo en 2024.

Puestos de mando 2023



	Mujeres	Hombres
2020	56 %	44 %
2021	57 %	43 %
2022	40 %	60 %
2023	32 %	68 %



Desiree Bruña - 2ª maitre



Javier Santos - Maitre

Desempeño corporativo

Como ya se ha comentado en varios apartados de la presente **Memoria de Responsabilidad Social Corporativa**, Fuerte Group Hotels está comprometida con el **desarrollo económico** de las poblaciones en las que está presente.

Esa responsabilidad pasa por un desempeño corporativo que garantice la viabilidad del negocio, la creación de empleo y la obtención de una riqueza que llegue al mayor número posible de ciudadanos.

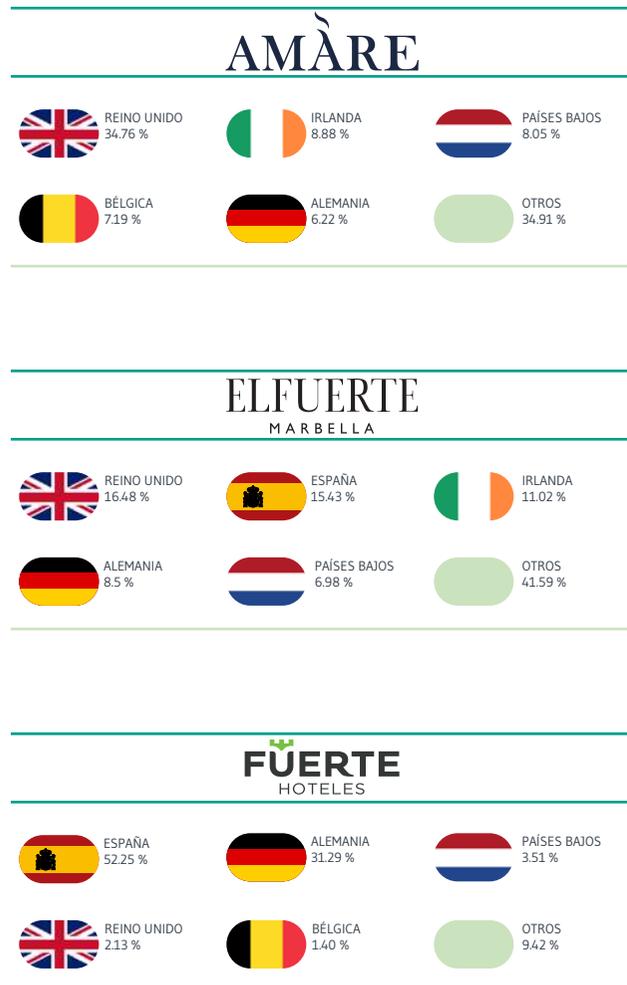
Después de la pandemia, y teniendo en cuenta que en 2023 El Fuerte Marbella no estuvo operativo toda la temporada, Fuerte Group Hotels pudo cerrar el ejercicio con sobresaliente, volviendo a la senda histórica que el año 2019 marcó en el mundo del turismo con máximos a nivel de visitantes y de ingresos.

Así, los ingresos obtenidos por Fuerte Group Hotels al cierre del ejercicio fueron de **80.5 millones de euros**, un 26.7 % más que en 2022, y teniendo menos cantidad de habitaciones disponibles, ya que El Fuerte Marbella permaneció cerrado varios meses.

El aumento del RevPar, que toda la industria aplicó tras los años de parón debido a la pandemia; y la apertura de nuevos nichos y mercados, contribuyeron a lograr un desempeño corporativo que se ha dejado notar en todas las provincias dónde Fuerte Group Hotel está presente.

Al cierre de 2023 los establecimientos de Fuerte Group Hotels recibieron más de **157.000 visitantes** de 163 nacionalidades, y su estancia media fue de 5 días.

Los mercados emisores más importantes para los hoteles del grupo fueron por marca, y orden de importancia, los siguientes:



A nivel nacional, las comunidades autónomas que más clientes generaron fueron las siguientes:



4.3. Nuestro equipo

Empleados

En 2023 la plantilla de Fuerte Group Hotels, incluyendo a todo el personal de los hoteles y del corporativo, alcanzó una cifra histórica a nivel de contrataciones, sumando un total de **863,6 personas**, frente a las 649,19 de 2022.

AÑO	EMPLEADOS
2020	455,9
2021	550,2
2022	649,19
2023	863,6

Un aspecto a resaltar, ya que confirma el efecto multiplicador que la actividad turística tiene sobre el empleo, es que el aumento de las plantillas fue general, y benefició a todos los establecimientos, e incluso al corporativo, que en sólo un año incorporó a 13 nuevos profesionales. El mayor crecimiento se dio, como era de esperar, en

El Fuerte Marbella, que al convertirse en un 5 estrellas pasó de tener una plantilla de 124,4 personas en 2021 (en 2022 estuvo cerrado parte de la temporada), cuando era un 4 estrellas, a contratar a 213,49 profesionales en 2023, y sin todavía permanecer abierto todo el año.

	F Marbella	A Marbella	A Ibiza	F Conil Rest	F Grazalema	F Rompido	Olée Nerja	Oficinas Cent
2020	111	66,5	41,2	92,4	16,7	42,7	4,1	81,2
2021	124,4	86,1	97,6	87,5	15,1	46,1	4,4	89
2022	72,7	126,4	126,6	136,1	19,7	64,3	4,99	98,4
2023	213,49	132,84	134,21	160,40	22,86	82,86	5,49	111,44



Empleados Fuerte Grazalema

Después de que parte del personal local optase por abandonar el turismo durante la pandemia, en 2023 Fuerte Group Hotels vio incrementado el número de trabajadores originarios de las zonas donde opera, que se situó en un **62,7 %**, lejos ya del 50,6 % registrado en 2022; pero con margen de mejora respecto al 84 % alcanzado en 2018 y 2019.

Población del Centro de Trabajo	
2018	84,0 %
2019	84,0 %
2020	75,0 %
2021	66,3 %
2022	50,6 %
2023	62,7 %

Estabilidad de la plantilla

Lo más destacable, aparte de la cantidad de empleos generados, fue la calidad de los mismos. Ya que en 2023 el **97,5 %** de los puestos de trabajo correspondieron a **contrataciones indefinidas**, frente al 2,5 % que correspondió a contratos temporales.

	PLANTILLA INDEFINIDA	PLANTILLA EVENTUAL
2016	68,2 %	31,8 %
2018	71,6 %	28,4 %
2019	70,2 %	29,8 %
2020	74,0 %	26,0 %
2021	93,0 %	7,0 %
2022	96,0 %	4,0 %
2023	97,5 %	2,5 %

Este compromiso con el empleo y la estabilidad busca también reducir la elevada rotación de personal que hay en el sector turístico.

Por un lado, debido a que la pandemia hizo que muchos profesionales abandonasen el sector turístico; y, por otro, ya que la apertura de nuevos establecimientos, propia del boom que vuelve a vivir el sector turístico, genera en ocasiones un trasvase de plantillas con experiencia.

Debido a ello en 2023, excepto **Fuerte Grazalema**, de cuyos empleados el **60 %** lleva trabajando en él más de **5 años**, en el resto ese porcentaje oscila entre el **16 % de Amàre Beach Hotel Ibiza** y el **51 % de Fuerte Conil Resort**. En el corporativo la estabilidad es superior, alcanzando el **64 %**.

	2020	2021	2022	2023
El Fuerte Marbella	84 %	75 %	49 %	30 %
Amàre Marbella	36 %	41 %	38 %	37 %
Amàre Ibiza	18 %	22 %	19 %	16 %
Fuerte Conil Rest	64 %	51 %	55 %	51 %
Fuerte Grazalema	12 %	10 %	69 %	60 %
Fuerte El Rompido	26 %	24 %	52 %	45 %
Fuerte Group	51 %	66 %	71 %	64 %

Clima laboral

Lo más importante es que esta fuga de talento nada tiene que ver con el clima laboral que se respira tanto en los hoteles como en el corporativo. Así, en todos los centros de trabajo la satisfacción supera el **80 %**, y ronda o supera el **85 %** en la mitad de ellos.

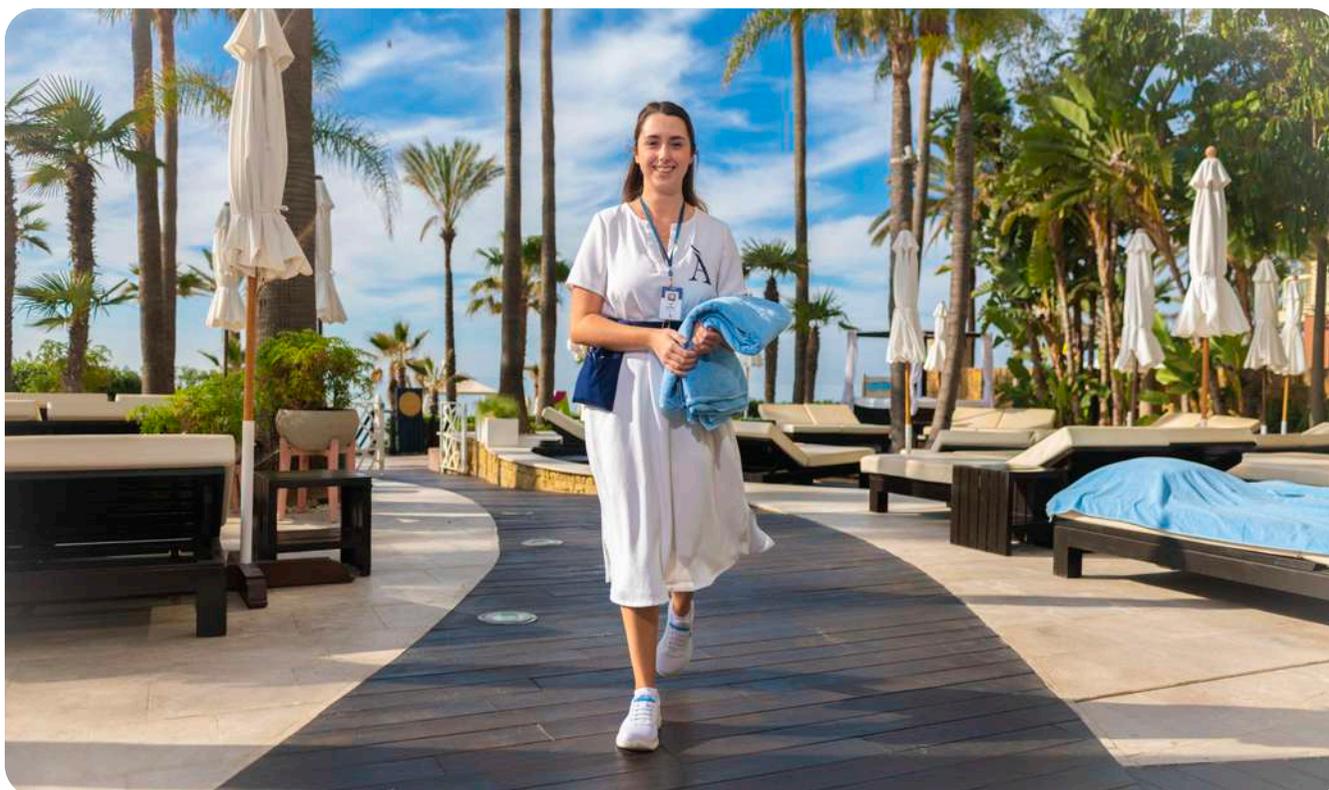
	2021	2022	2023
El Fuerte Marbella	84,10	89,10	81,80
Fuerte Conil Rest	75,10	80,90	85,70
Fuerte Grazalema	90,10	90,30	92,20
Fuerte El Rompido	84,30	83,40	84,00
Amàre Marbella	81,10	84,50	81,50
Amàre Ibiza	72,30	83,40	81,90
Oficinas Centrales	83,80	86,40	85,70

Estos datos provienen de encuestas que se llevan a cabo durante los meses de mayo, julio y septiembre, que son muy útiles porque en ellas los empleados pueden exponer sus opiniones e ideas de mejora de manera oficial.

Formación

La formación sigue siendo un pilar importante dentro de la estrategia de **Recursos Humanos** de Fuerte Group Hotels. En 2023, la cadena invirtió un total de **167.452,96 euros** en impartir 20.843 horas de formación a un total de **1.172 empleados**, de los cuáles el **44,9 %** fueron hombres y el **55,1 %** mujeres.

	Presupuesto	Horas	Hombres	Mujeres	Total beneficiarios
2020	112.828,85 €	22.575	139	194	333
2021	66.658,34 €	15.073	425	550	975
2022	106.146,16 €	14.799	315	357	672
2023	167.452,96 €	20.843	526	646	1.172
			44,9 %	55,1 %	



Esther Cortijo - Guest Relations en Amàre Beach Hotel Marbella



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

En esta ocasión, el hotel que se ha beneficiado de más horas de formación ha sido **El Fuerte Marbella**, que a raíz de su reconversión en un hotel de 5 estrellas precisó de un incremento en la calidad de los servicios y, por ende, en una mejora de la formación de todo el personal.

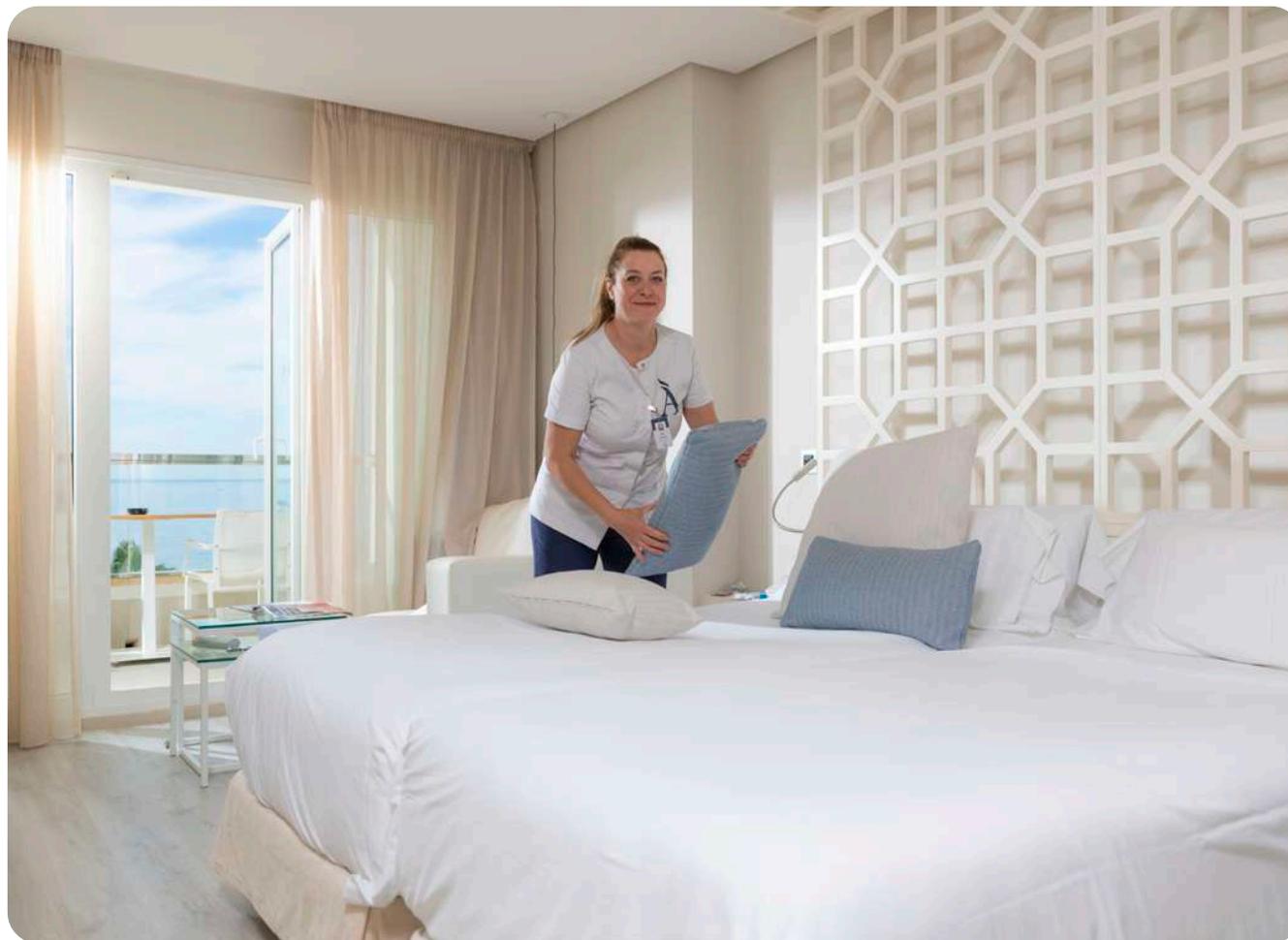


El Fuerte Marbella

Empresa	Puesto	2021	TOTAL 2021	2022	TOTAL 2022	2023	Total 2023
F Marbella	Direct. E interm.	459	2.441	44	74	642	5.703
	Personal base	1.982		30		5.061	
A Marbella	Direct. E interm.	516	2.778	1.216	3.510	1.088	3.948
	Personal base	2.262		2.294		2.861	
A Ibiza	Direct. E interm.	231	2.486	295	4.307	750	2.358
	Personal base	2.255		4.012		1.608	
F Conil Rest	Direct. E interm.	428	3.331	899	3.033	1.289	4.306
	Personal base	2.903		2.134		3.017	
F Grazalema	Direct. E interm.	279	689	60	290	198	334
	Personal base	410		230		136	
F Rompido	Direct. E interm.	334	1.273	697	1.843	790	2.170
	Personal base	939		1.146		1.380	
Fuerte Group	Direct. E interm.	578	1.985	1.130	1.730	498	2.009
	Personal base	1.407		600		1.511	
Olée Nerja	Direct. E interm.	9	91	8	12	14	16
	Personal base	82		4		2	
TOTAL			15.074		14.799		20.843

Los cursos impartidos se distribuyeron en:

- **Cursos de capacitación**, que fomentan la profesionalización y cualificación de los empleados adquiriendo o actualizando conocimientos, habilidades y competencias.
- **Formación interna**, destinada al personal de nueva incorporación.
- **Formación reglamentaria**, que está orientada a obtener las autorizaciones y certificaciones adecuadas para productos y servicios que ofrece Grupo El Fuerte, garantizando que los procesos de trabajo se realizan de acorde a la legislación vigente en seguridad laboral, higiene alimentaria y certificaciones técnicas. Ésta contempla los cursos obligatorios de prevención de riesgos laborales, higiene alimentaria y mantenimiento, además de otros relativos a igualdad, protección de datos y gestión de la conciliación.
- **Programas de desarrollo**, dirigidos al personal Directivo y Personal Base que permiten favorecer el crecimiento personal y retener el talento en la empresa, incidiendo en el desarrollo de competencias, habilidades organizativas y directivas.



Teresa Ramírez - Room Attendant en Amàre Beach Hotel Marbella

Alumnos en prácticas

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

En 2023 mantuvo acuerdos con un total de 35 escuelas, asociaciones e instituciones, y ofreció prácticas a **77 alumnos y alumnas**, de los cuales al término de la formación fueron contratados el **12 %**.

Entre las empresas colaboradoras destacan institutos y escuelas cercanos a los hoteles y centros de trabajo, donde se cursan ciclos formativos de grado medio o superior. Las más relevantes son:

- Les Roches
- Escuela de Hostelería de Galicia
- Escuela de Hostelería de Sevilla
- Escuela Hostelería Benahavís
- IES Escuela de Hostelería San Roque
- Escuela superior de Hostelería de Madrid
- Escuela de Hostelería y Turismo de Granada (CPIFP Hurtado de Mendoza)
- Escola d'hotelería de Les Illes Balears
- Escuela Internacional de Administración Hotelera Vatel Málaga y Madrid
- Escuela de Hostelería de Málaga (La Cónsula)
- Escuela de Hostelería de Islantilla
- Escuela de Hostelería Fernando Quiñones
- Escuela de Hostelería Virgen de Belén
- Escuela Superior de Turismo y Tecnología Marina, Portugal

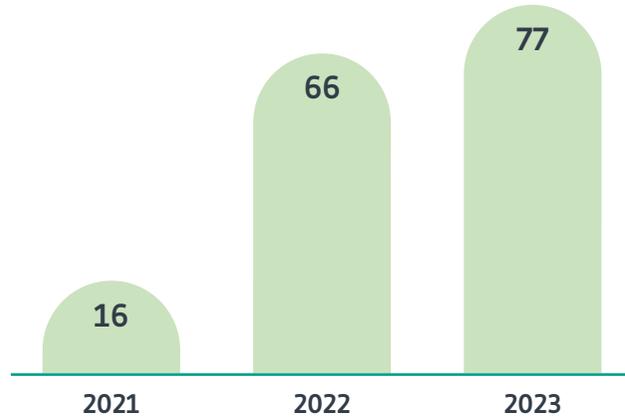


Les Roches Marbella

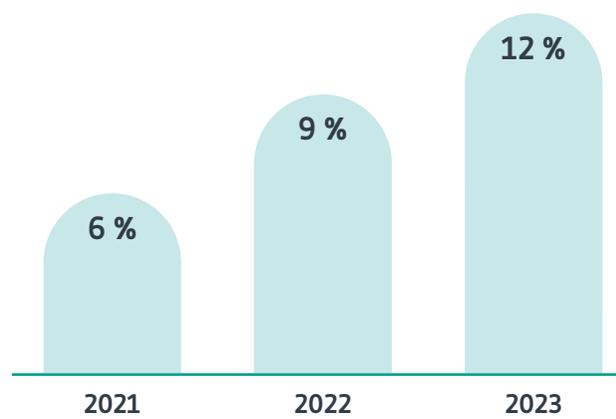


Escuela superior de Hostelería de Madrid

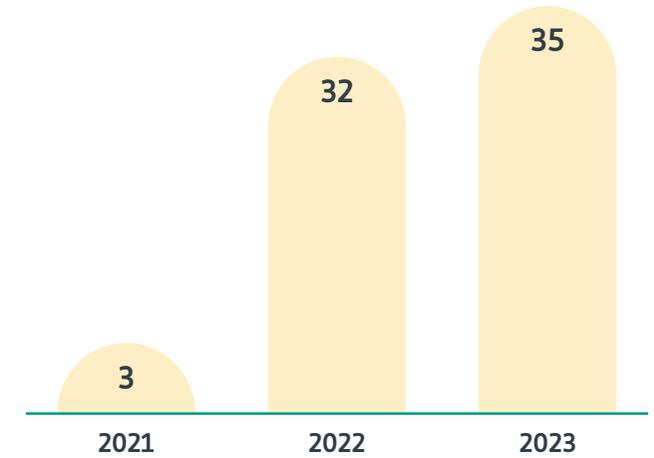
Nº TOTAL DE ALUMN@S QUE HAN REALIZADO PRÁCTICAS EN LOS CENTROS



PORCENTAJE DE ALUMN@S CONTRATADOS:



Nº DE ESCUELAS, UNIVERSIDADES, INSTITUTOS, ASOCIACIONES, ETC... CON LAS QUE SE HA COLABORADO



Levante - El Fuerte Marbella



Escuela Hostelería Benahavís

Inserción de personas en riesgo de exclusión social

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

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

Durante 2023, **3 hoteles** del grupo acogieron a **12 alumnos en riesgo de exclusión social**, para formarles durante un periodo, de los cuáles 1 fue contratado.



Fundación Deixalles Ibiza

PROYECTO	ORGANISMO	HOTEL	2022		2023	
			Nº ALUMNOS	CONTRATADOS	Nº ALUMNOS	CONTRATADOS
"APRENDER TRABAJANDO", PLAN DE EMPLEO INTEGRACION COLECTIVOS VULNERABLES O EN RIESGO DE EXCLUSION SOCIAL	Secretariado Gitano	FUERTE EL ROMPIDO	12	5	9	0
"APRENDER TRABAJANDO", PLAN DE EMPLEO INTEGRACION COLECTIVOS VULNERABLES O EN RIESGO DE EXCLUSION SOCIAL	Cruz Roja Chiclana	FUERTE CONIL-COSTA LUZ	1	1	1	0
FUNDACION DEIXALLES IBIZA		AMARE BEACH HOTEL IBIZA			2	1
			13	6	12	1
PORCENTAJE DE ALUMN@S CONTRATADOS de colectivos en riesgos de exclusión:			46 %		8 %	

Evaluación del desempeño

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

La cadena tiene un diccionario de competencias que recoge una serie de criterios homogéneos ligados a los comportamientos de las personas y tiene presente las estrategias de la organización. Estos criterios se definen como las competencias que están vinculadas tanto a los valores del grupo como a las ocupaciones de la estructura. El diccionario se completa con la competencia de liderazgo que se aplica a las ocupaciones con personas a cargo.

El **80 %** de la plantilla contratada participa en la evaluación de desempeño, y la información obtenida es utilizada por la **Dirección de Recursos Humanos** para la mejora de otros sistemas de gestión de recursos humanos como la formación, la remuneración, la movilidad, la carrera profesional y la selección, entre otros.

Crece, un plan para retener talento

En 2023 un total de **83 personas** fueron seleccionadas para participar en los programas de promoción interna que, bajo el nombre de **“Crece”** y **“Crece Manager”**, identifican y promueven a los colaboradores y colaboradoras con las capacidades y conocimientos necesarios para adquirir nuevas responsabilidades.

Programa	AIB	AMB	EF	FCR	FER	TOTAL
CRECE MANAGER	3		1	4	3	11
CRECE	13	14	6	25	14	72
Total general	16	14	7	29	17	83

Esta iniciativa les da la oportunidad de avanzar en su carrera, fomentando e impulsando el desarrollo profesional; ayuda a construir una cultura de confianza; y logra retener el talento. De hecho, durante 2023, 26 de los participantes, lo que supone el 31 % del total, lograron ocupar ya el puesto para el que se estaban formando.

	AIB	AMB	EF	FCR	FER	TOTAL
HOMBRES	4		2	3	2	11
MUJERES	4	1	2	6	2	15
Total general	8	1	4	9	4	26

La ejecución de este proyecto supuso una inversión de 48.493,40 euros, de los cuáles el 77 % fue bonificado.

	AIB	AMB	EF	FCR	FER	TOTAL
COSTE TOTAL	6.166,02 €	12.868,85 €	1.895,58 €	18.088,88 €	9.474,07 €	48.493,40 €

Gasto real	11.244,55 € Dif. Gasto total - Bonificado					
-------------------	--	--	--	--	--	--

En total, los 83 participantes recibieron 8.597 horas de formación.

DEPARTAMENTO	AIB	AMB	EF	FCR	FER	TOTAL
ATT. AL CLIENTE	300			55	155	510
CENTRO SPA		70				70
COCINA	550	1.070		1.001	16	2.637
DIRECCIÓN					66	66
ECONOMATO	140					140
PISOS	130	650	200	435	500	1.915
RECEPCIÓN				25		25
SALA	112	272	150	1.950	750	3.234
Total general	1.232	2.062	350	3.466	1.487	8.597



Mónica Rivas - Relaciones Públicas de Fuerte El Rompido

Plan de Prevención de Riesgos Laborales

Como suele ser habitual, en 2023 la **Dirección de Recursos Humanos** de Forte Group Hotels revisó la evaluación de riesgos y mantuvo reuniones de coordinación con la dirección y jefes de departamento de cada centro hotelero para trasladar los resultados de la evaluación y las medidas preventivas a aplicar.

A este respecto se llevaron las siguientes acciones:

- 1/ Planificación de controles periódicos y medidas técnicas en todos los centros hoteleros.
- 2/ Adecuación de las instalaciones según las indicaciones definidas en el Plan de Contingencia y en la Evaluación de Riesgos, con medidas específicas derivadas de la evaluación de riesgos.
- 3/ Actualización de entrega de los equipos de protección individual y colectiva en todos los centros de trabajo al comienzo de temporada.
- 4/ Formación específica de capacitación para el desempeño de nivel básico para todos los nuevos cargos que se incorporan al grupo, ya que entre sus funciones deben supervisar y organizar a otros trabajadores.
- 5/ Formación específica de cada nuevo trabajador en función de los riesgos evaluados en cada puesto, ya que debe conocer los riesgos específicos derivados de su posición y aprender a evitar dichos riesgos. Se establece una formación de actualización cada 4 años.
- 6/ Formación de emergencia y evacuación conforme a lo contenido en los planes de autoprotección.
- 7/ Constituciones de los CSS en aquellos centros en los que por cambios en la parte social/empresa fue necesario.
- 8/ Evaluación ergonómica del departamento de Pisos en Amare Beach Hotel Ibiza, con el fin de adaptar las infraestructuras a la normativa balear que establece la obligatoriedad de los hoteles de cuatro y cinco estrellas de las islas de tener camas elevables, ya sean de tipo mecánico o eléctrico.

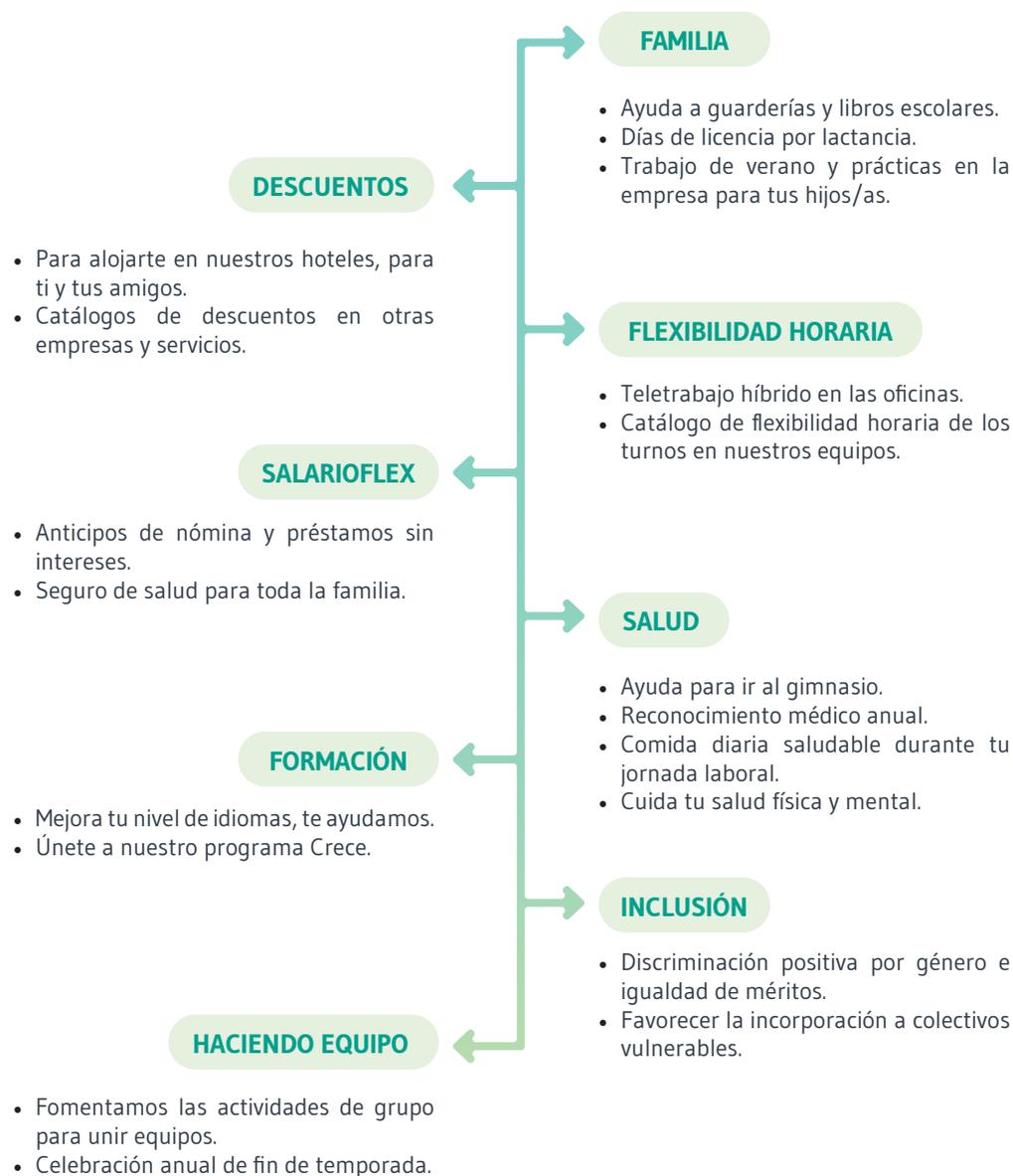


Julia Ramírez Morato - Recepción Forte Grazaema

Plan de Bienestar

En 2023 Fuerte Groups Hotels empezó a dar forma a un **Plan de Bienestar**, cuya implementación tendrá lugar en 2024, siendo uno de los capítulos más importantes del ejercicio. El objetivo es lograr que Fuerte Group Hotels se certifique como una **Empresa Familiarmente Responsable**.

Este plan tiene como objetivo mejorar la conciliación del trabajo profesional con la vida personal de todos los trabajadores, manteniendo medidas ya existentes e incorporando nuevas. Entre ellas destacan la aplicación de descuentos en el alojamiento en hoteles del grupo y en otros servicios proporcionados por empresas colaboradoras, la formación, el anticipo de las nóminas, la flexibilidad horaria, el desarrollo de políticas de inclusión a todos los niveles, el fomento de prácticas saludables y las mejoras sociales, entre otras.



Mejoras sociales

A este respecto, en 2023 Fuerte Group Hotels siguió impulsando su plan de mejoras sociales, con una inversión total de **36.427,46 euros** en concepto de ayudas para guarderías, compra de libros escolares y matrimonios.

Además, adelantó un total de **115.867,76 euros** en concepto de anticipos y préstamos.

	2020	2021	2022	2023
GUARDERÍA	7.772,27 €	8.443,77 €	18.607,33 €	12.941,46 €
LIBROS ESCOLARES	-	-	6.628,96 €	15.360,00 €
MATRIMONIO	-	-	782,00 €	8.126,00 €
TOTAL AYUDAS CONCEDIDAS	7.772,27 €	8.443,77 €	26.018,29 €	36.427,46 €
ANTICIPOS Y PRÉSTAMOS	72.480,69 €	30.738,73 €	130.519,69 €	115.867,76 €



PLAN DE MEJORAS SOCIALES 2023



12.941,46 €
Guardería



15.360,00 €
Libros escolares



8.126,00 €
Matrimonio



115.867,76 €
Anticipos y préstamos

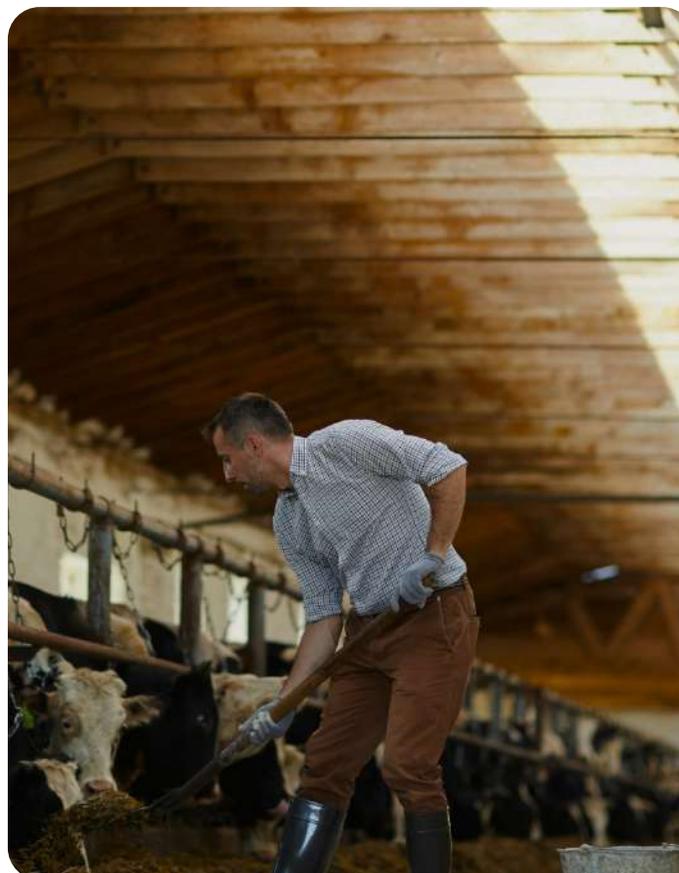
4.4.

Promover lo auténtico

Fuerte Group Hotels es una cadena que está muy orgullosa de sus **orígenes andaluces**, y del de los destinos dónde ha ido implantándose, como es el caso de la isla de **Ibiza**. Por eso, muchas de sus acciones buscan promover su autenticidad, y preservar al mantenimiento de sus respectivas **costumbres, culturas y tradiciones**.

Dentro de estos objetivos se enmarcan acciones como la contratación de personal local, que ya hemos mencionado anteriormente; y la colaboración con empresas locales que fomentan promover lo auténtico, sobre todo a través de la **gastronomía local** y de las **artesanías autóctonas**.

A este respecto, la nueva marca **Daia Slow Beach Hotel** ha sido creada con el objetivo de impulsar este aspecto, fomentando una fusión armoniosa entre la rica herencia cultural del destino y las comodidades vanguardistas.



4.5. Fundación Fuerte

Fundación Fuerte es una entidad sin ánimo de lucro con sede en Marbella, cuyo fin es canalizar las **actividades solidarias** del **Grupo El Fuerte** hacia la ayuda a personas en riesgo de exclusión social, la organización de eventos culturales y la realización de campañas de concienciación ambiental. Durante 2023 realizó una gran cantidad de proyectos dentro del ámbito cultural, social y ambiental, que requirieron de una inversión global de **141.178 euros**. Éstas son algunas de las iniciativas más destacadas:



FUNDACIONFUERTE
www.fundacionfuerte.org

ÁMBITO CULTURAL

- 1. Asociación Marbella Activa:** entrega de premios del X Concurso de Relatos.
- 2. Asociación Amigos del Órgano del Sol Mayor:** programación de conciertos en la Parroquia de Ntra. Sra. de la Encarnación y mantenimiento del órgano del Sol Mayor, que se encuentra ubicado en ella.
- 3. Hermandad de Ntro. P. Jesús Cautivo, Ntra. Sra. de la Encarnación, Sta. Marta, San Lázaro y M^ª de Marbella:** transmisión de las tradiciones y culturas de la Semana Santa.

ÁMBITO SOCIAL

- 1. Cáritas Diocesana de Ibiza:** apoyo a un centro socio educativo. "Betania, un barrio de colores".
- 2. ONG Construye Mundo:** apoyo a la rehabilitación de la escuela de primaria St. Jean Baptiste (Senegal). Renovación del mobiliario escolar.
- 3. Fundación Solidaria Luna Nueva:** becas para que los alumnos de la comarca de Linguere (Senegal) puedan estudiar un curso escolar.
- 4. Fundación Ciudad de la Alegría:** programa educativo destinado a ayudar a las niñas y a los niños de escasos recursos de la zona norte de Benito Juárez (México) a seguir con sus estudios.



ONG Construye Mundo. Escuela de primaria St. Jean Baptiste (Senegal).

5. Centro Español de Solidaridad de Málaga P-H Málaga:

posicionamiento y activación de la marca. Han llevado a cabo una consultoría estratégica que ha evaluado el estado actual de la marca y le han dado mayor personalidad.

6. Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:

pago hipoteca piso de apoyo al tratamiento.

7. Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:

vivienda de apoyo al tratamiento.

8. Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:

Cena Aniversario.

9. Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:

rastrillos benéficos.

10. Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:

PIVESCHOOL, programa de prevención universal en el aula, en el que dos técnicos del Equipo de Prevención de Horizonte Proyecto Hombre Marbella imparten talleres al alumnado desde 1º a 6º de Educación Primaria, en centros educativos de los municipios de la Costa del Sol Occidental.

11. Promoción Campaña Euro Responsable:

la empresa Fuerte Group Hotels, dentro del marco de su Responsabilidad Social Corporativa y a través de Fundación Fuerte, está llevando a cabo desde el año 2013, una campaña de recogida de fondos denominada "Euro Responsable", que consiste en sugerir a cada cliente, en el momento de realizar el checkout, la donación voluntaria de un euro en su factura. Fundación Fuerte ha encargado a una empresa la elaboración de un vídeo en el que se recopilan

imágenes de algunas de las entidades a las que ha ido destinada esta ayuda. Este vídeo se difunde en todas las habitaciones de la cadena hotelera para que sea visto por los clientes.

12. Servicio técnico We Resolve a Asociación

Horizonte: coordinación y ejecución del acuerdo de prestación gratuita de servicios de mantenimiento (hasta un máximo de 1.500 euros) suscrito con la empresa We Resolve.

13. Fundación C.E.S. Jerez (Proyecto Hombre Provincia de Cádiz):

actividades preventivas dentro del ámbito escolar, familiar y laboral. "Creciendo fuerte".

14. Fundación C.E.S.M.A. Proyecto Hombre Málaga:

asistencia técnica para el dimensionamiento de recursos de los diferentes programas.

15. Hermanitas de los Pobres, Asilo de Ancianos de

Ronda: ayuda para cubrir necesidades básicas. "La luz".

16. Friendship Home Father Luis Amigo, Inc.:

construyendo una sociedad sostenible a través de la educación, el empoderamiento y el desarrollo integral de los niños y jóvenes filipinos (Proyecto SEED).

17. Hogar de Niños y Centro de Apostolado Rey de la Misericordia de Montego Bay (Jamaica):

ayuda a la construcción de un excelente centro de atención residencial profesional debidamente equipado, un orfanato para niños con necesidades especiales y un componente más pequeño para mujeres ancianas en colaboración con Compassionate Sisters of the Poor.

18. Club Deportivo Baloncesto Grazalema: proyecto que impulsa la práctica de este deporte en la zona.

19. VIFAC Quintana Roo: fortalecer a través de la capacitación y atención integral a la mujer embarazada en estado vulnerable.

20. Fundación Fuerte: entrega de bonos de estancias en hoteles a algunas entidades benéficas que nos las han solicitado para que puedan llevar a cabo sus actividades con el fin de recaudar fondos (AVOI, Hermandad Santa Marta, Cudeca, Fundación Soñar Despierto y Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella).

ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL

1. La importancia de los Humedales Costeros, Socioecosistemas de Futuro: organización de una conferencia sobre “La importancia de los humedales costeros”.

2. Saving Our Sharks Foundation Inc.: capacitación para una transición exitosa de una cooperativa de pesca de tiburones a tener sus propios negocios de ecoturismo de tiburones.

PROYECTOS EMERGENTES

1. Alcer
2. Almuerzo solidario voluntarios Horizonte
3. Bonos Debra Piel de Mariposa
4. Bono Fundación Harena
5. Bono Hermandad Santa Marta
6. Bono Horizonte Proyecto Hombre Marbella
7. Comida Directores Proyecto Hombre
8. Estancia del Sr. Michael Reckling en Amàre
9. Exposición de Arte en El Fuerte Marbella por la artista Eli Martin (06/07/2023)
10. Exposición de Arte en el El Fuerte Marbella por la artista Tatiana Blanqué (16/11/2023)
11. Gavi Alliance
12. Proemasa SA - Attendis Talks Málaga
13. Reunión C.E.S.M.A.

Para más información, consultar en www.fundacionfuerte.org



Conferencia “La importancia de los humedales costeros, socioecosistemas de futuro”.



El 2023 ha sido uno de esos años que marcan el devenir de una empresa familiar como la nuestra. Después de analizar los efectos que la pandemia tuvo sobre el turismo, y especialmente sobre nuestra compañía, vimos necesario hacer un cambio de rumbo para hacer frente a los retos del futuro.

Por una parte, comprobamos que el segmento hotelero más resiliente a la crisis había sido, una vez más, el de los hoteles de 5 estrellas, un nicho en el que Fuerte Group Hotels todavía no estaba presente.

De ahí nuestra decisión de renovar completamente nuestro buque insignia, El Fuerte Marbella, y convertirlo de nuevo en uno de los hoteles con mayor calidad del centro de Marbella pueblo, adentrándonos en el olimpo hotelero por la puerta grande.

Carta del Director General

Además, apostamos por incrementar nuestra presencia en esta categoría creando una nueva marca 5 estrellas en el ámbito de los establecimientos recomendados para adultos, a la que le dimos el nombre de Daia Slow Beach Hotels.

Una enseña a cuyo primer representante, Daia Conil, dimos forma en 2023, y cuyo proyecto de diseño ha sido galardonado antes incluso de su estreno en 2024 con el Premio Rethink en la categoría proyecto por ejecutar sobre sostenibilidad y rehabilitación hotelera.

Ese tema, el de la sostenibilidad, es el otro elemento que en 2023 ha protagonizado un giro importante dentro de Fuerte Group Hotels.

Y es que, si bien llevamos muchos años implementando medidas de respeto al medioambiente en todos nuestros establecimientos, y estamos considerada como una de las cadenas más sostenibles de Andalucía, nunca hasta ahora habíamos vertebrado objetivos concretos, medibles y realmente ambiciosos.

Sin embargo, a finales de 2023 diseñamos un Plan Estratégico de Sostenibilidad a 4 años vista, que incluye parámetros de sostenibilidad y eficiencia energética, y está supervisado regularmente por un comité interdisciplinar que evalúa su cumplimiento y actúa de inmediato frente a posibles desviaciones.

Y es que el reto final de este proyecto es lograr reducir a final de 2024 un 1% la emisión de kilos de CO2 que

genera la estancia de cada uno de los clientes alojados en nuestros hoteles.

Una cifra que irá en aumento, a medida que vayamos descarbonizando nuestra compañía aprovechando las renovaciones conscientes que hemos llevado a cabo en El Fuerte Marbella y en Daia Slow Beach Hotel Conil, y otras iniciativas realizadas como la que en Amàre Beach Hotel Ibiza Ibiza nos ha permitido conseguir el ISO 14064, haciendo de él el primer hotel de la cadena que certifica y registra el cálculo de su huella de carbono de manera oficial.

Calidad y sostenibilidad. Así es el nuevo Fuerte Group Hotels del Siglo XXI. Mucha gracias.

A handwritten signature in black ink, reading "José Luque". The signature is written in a cursive, flowing style. Below the signature is a horizontal line that starts under the first letter and extends to the right, ending under the last letter.

Don José Luque García
Director general de Fuerte Group Hotels

Indicadores GRI y SASB

102 Contenidos generales GRI/ SASB		Localización	Comentario
Gobernanza			
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	2.2. Estructura de la gobernanza	
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	3.2. Objetivos 2023	
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	1.3. Creamos valor	Procedimiento operativo "POG 64 Definición del contexto de la organización y planificación de riesgos y oportunidades"
102-35 / SV-HL-450a.1	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales / Número de instalaciones de alojamiento ubicadas en zonas de inundación de 100 años	3.2. Objetivos 2023	Procedimiento operativo "POG 64 Definición del contexto de la organización y planificación de riesgos y oportunidades"
102-32	Políticas de remuneración	5.2. Ética y desempeño corporativo	
SV-HL-000.A	Número plazas de alojamiento disponibles	1.3. Creamos valor	
Participación de grupos de interés			
102-40	Lista de grupos de interés	3.4. Relaciones con nuestros grupos de interés	
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	3.4. Relaciones con nuestros grupos de interés	
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	5.2. Ética y desempeño corporativo	Toda la información detallada del desempeño económico de la organización ha sido tratado de manera anexa a este informe en dos documentos técnicos especializados: El informe de Estado de Información No Financiera (que contiene toda la información relativa al el cumplimiento de los contenidos establecidos en la Ley 11/2018 sobre Información No Financiera y Diversidad) y el Informe de Gestión Consolidado de Grupo el Fuerte

102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema Acerca de este informe	2.1. Comprometidos	
102-47	Lista de temas materiales	3.4. Relaciones con nuestros grupos de interés	
Prácticas para la elaboración de informes			
102-50	Periodo objeto del informe	2.1. Comprometidos	
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Se aporta a continuación	E-mail (prensa): communication@fuerte-group.com
102-55	Índice de contenidos GRI y SASB	2.1. Comprometidos	
103 Enfoque de gestión		Localización	Comentario
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	3.4. Relaciones con nuestros grupos de interés	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	1.3. Creamos valor	
200 Económico			
201 Desempeño económico		Localización	Comentario
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	5.2. Ética y desempeño corporativo	
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados	1.3. Creamos valor	
300 Ambiental			
301 Materiales		Localización	Comentario
301-2	Insumos reciclados	4.2. Residuos y circularidad	
302 Energía		Localización	Comentario
102-16 / SV-HL-130a.1	Consumo energético dentro de la organización / Gestión de la energía	4.4. Más eficiencia, menos consumo	
102-17	Reducción del consumo energético	4.4. Más eficiencia, menos consumo	
303 / SV-HL-140a.1	Consumo de agua / Gestión del agua	4.4. Más eficiencia, menos consumo	

304	Biodiversidad	Localización	Comentario
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	4.3. Simbiosis con organizaciones	Proyecto MARES LIMPIOS: https://www.fuertehoteles.com/corporate/turismo-responsable/
SV-HL-160a.1	Número de instalaciones de alojamiento ubicadas en o cerca de zonas de estado de conservación protegido o del hábitat de especies en peligro de extinción	2.5. Reconocimientos y certificaciones	Fuerte Grazalema y Fuerte El Rompido
305	Emisiones	Localización	Comentario
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	4.4. Más eficiencia, menos consumo	
305-2	Emisiones indirectas de GEI (alcance 2)	4.4. Más eficiencia, menos consumo	
307	Cumplimiento ambiental	Localización	Comentario
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	No se han registrado incumplimientos en este ejercicio. La evaluación sobre el cumplimiento de la legislación ambiental y la actualización según la normativa vigente es un punto que se revisa de manera anual y que es además verificado en las auditorías sobre ISO 14001	
SV-HL-160a.2	Descripción de las políticas y prácticas de gestión ambiental para preservar los servicios de los ecosistemas	2.4. Plan estratégico y sostenibilidad	A lo largo del capítulo se evalúan diversos indicadores de gestión ambiental, proporcionando objetivos y acciones para su cumplimiento, y siguiendo como referencia el estándar de la normativa ISO 14001. También se pueden observar en el capítulo 3.1. Autoanálisis 2022 de este informe
308	Evaluación ambiental de proveedores		
308-1	Proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	4.1. Compras responsables	

400	Social		
401	Empleo	Localización: 2.4 Personas	
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	5.2. Ética y desempeño corporativo	
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	5.2. Ética y desempeño corporativo	
403	Salud y seguridad	Localización	
403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador empresa de salud y seguridad	5.2. Ética y desempeño corporativo	
404	Formación	Localización	
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	5.2. Ética y desempeño corporativo	
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	5.2. Ética y desempeño corporativo	
405	Biodiversidad	Localización	
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	5.2. Ética y desempeño corporativo	
406	No discriminación	Localización	
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas		Fuerte Group Hotels mantiene una política de no discriminación (en cuanto a sexo, religión, nacionalidad...), tanto en las ofertas de empleo como durante todo el proceso de selección. También cumple con la Ley General de Discapacidad en todos sus centros, contratando los servicios a través de un Centro Especial de Empleo
408	Trabajo infantil	Localización	

408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	No se han detectado en 2023	Notas: Existe un procedimiento específico interno y corporativo cuyo alcance contempla este aspecto en concreto: POG 50: Código de conducta preventivo ante la explotación infantil
409	Trabajo forzoso		Notas: Existe un procedimiento específico interno y corporativo cuyo alcance contempla este aspecto en concreto: POG 50: Código de conducta preventivo ante la explotación infantil
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	No se han detectado en 2023	
SV-HL-310a.2	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las infracciones de la legislación laboral	No se han detectado en 2023	
412	Evaluación de derechos humanos	Localización	
412-2 / SV-HL-310a.4	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos / Descripción de las políticas y programas de prevención del acoso laboral	5.2. Ética y desempeño corporativo	
413	Comunidades sociales	Localización	
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	5.5. Fundación Fuerte	



INFORME ANUAL 2023

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA

FUERTE
GRÔUP
HOTELS