

# INFORME ANUAL



MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

# 2024

# ÍNDICE GENERAL

Carta de la presidenta honorífica

## 1.

### **NUESTRO COMPROMISO ES FUERTE**

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

## 2.

### **PROGRESOS Y METAS**

- 2.1. Abanderando el Pacto Mundial
- 2.2. Objetivos 2024
- 2.3. Comunicaciones y campañas
- 2.4. Relaciones con nuestros grupos de interés

## 3.

### **RESPETO AL MEDIOAMBIENTE**

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

## 4.

### **NUESTRO IMPACTO EN LA SOCIEDAD**

- 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

Cuando cada año llega el momento de hacer balance, para dejarlo por escrito en esta memoria, siempre busco un acontecimiento trascendental, que haya dejado huella en la evolución vital de Forte Group Hotels. Y en **2024**, ese evento fue la apertura del primer hotel inaugurado bajo la nueva marca **Daia Slow Beach Hotel Conil**.

El lanzamiento de Daia Conil ha supuesto la plena incorporación de nuestra cadena al Siglo XXI, con la construcción de un nuevo modelo de hotel, que promulga un estilo de lujo completamente diferente al que existía cuando mi marido creó Forte Group Hotels en 1957.

Así, el brillo y el dorado que antes eran sinónimo de un estándar upper upper upscale, en Daia Conil han sido sustituidos por un estilo discreto y natural, que asocia el lujo al regreso a los orígenes.

Y es que, para los nuevos viajeros, la calidad es sinónimo de autenticidad. Por eso, gustan de alojarse en hoteles que respetan su entorno, al que incluso llegan a emular utilizando materiales nobles como la madera, la piedra y la paja; y sobre todo, que les permitan adentrarse en la cultura local.

Más allá del cambio que supone la creación de esta nueva enseña para los clientes de nuestra cadena, también noto cómo va a marcar un antes y un después en la historia de Forte Group Hotels.

A ese respecto, siento que 2024 ha sido un *déjà vu*, similar al vivido por nuestra familia en 1999, cuando la segunda generación se animó a prolongar el legado creado por mi marido. En esa época, la apertura de Forte Conil Resort anticipó la expansión posterior del grupo. Y la apertura de Daia Conil, ha marcado el inicio de una nueva etapa de crecimiento dentro de nuestra compañía, que esta vez se llevará a cabo a partir de las marcas diferenciadas Daia, y también Amàre.

Un futuro prometedor del que os iremos contando algunos avances en las páginas de esta memoria.

Muchas gracias.



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



Familia Luque



**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

Durante 2024 Fuerte Group Hotels ha enfrentado nuevos desafíos e iniciativas, tomando decisiones que han permitido afianzar el compromiso de sostenibilidad de su modelo de negocio con la sociedad, tanto a nivel de gestión medioambiental como de transparencia, gobernanza y compromiso con su entorno social más cercano. Se siguen potenciando sinergias y escuchando los intereses de nuestros grupos de interés, para construir estrategias empresariales y ver con claridad la forma de contribuir a necesidades del mercado que permitan al mismo tiempo ser responsables con el medio ambiente y la sociedad.

Esta memoria de **Responsabilidad Social Corporativa de 2024** destacan las iniciativas que se han afrontado durante este año, en especial la puesta en marcha de una nueva marca basada en un modelo sostenible y una filosofía que promueve la calidad de vida y privilegia la calidad frente a la cantidad, promoviendo los beneficios de estancias sosegadas, la conexión con el entorno y una experiencia significativa del viaje. La experiencia Daia, la nueva marca que Fuerte Group Hotels ha puesto en marcha desde 2024, implica desacelerar el ritmo, **fomentando la pausa y el**

**disfrute del momento presente.** Y todo ello con el compromiso de cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Los apartados que desarrolla esta Memoria de Responsabilidad Social Corporativa describen la singularidad de las acciones llevadas a cabo por **Fuerte Group Hotels durante 2024**, así como la estrategia y medidas adoptadas para afrontar de forma sostenible los desafíos actuales a los que se enfrenta la industria turística, y los logros alcanzados.

Para la elaboración de esta memoria se ha establecido un periodo previo de consulta, basado en recopilación de datos y el intercambio de opiniones con diferentes departamentos: Recursos Humanos, Comunicación, Calidad, Sostenibilidad, Administración y Dirección General, entre otros.

Además, se han utilizado los estándares internacionales **GRI y SASB** para recopilar, analizar y presentar datos o información de manera estructurada y comprensible en materia de sostenibilidad, tanto de forma cualitativa como cuantitativa. Esto permite mejorar la comunicación con todas las partes implicadas de la cadena de valor de Fuerte Group Hotels y facilita la toma de decisiones.

Estimar los logros en materia de sostenibilidad implica apoyarse en métricas, indicadores del progreso de procesos clave, algo que tiene gran importancia para la empresa. Esta memoria refleja también el avance de estos indicadores que reflejan cómo con proyectos innovadores y un compromiso firme con la sostenibilidad Fuerte Group Hotels avanza hacia un futuro cada vez más respetuoso con el entorno y responsable con la sociedad.



Daia Slow Beach Hotel Conil



# 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 Forte Group Hotels, integrada por las marcas Forte Hoteles, Amàre Hotels, Olée Holiday Rentals, El Fuerte Marbella y Daia Slow Beach Hotel Conil.

El consejo está formado por Doña Isabel García Bardón, que ostenta el cargo de presidenta honorífica, y por sus 5 hijos. Además, en 2024 se incorporaron en calidad de oyentes dos miembros más de la tercera generación. A sus nietas Marta Álvarez Luque y Carmen Cominges Luque se unieron Agustín Cominges Luque y Cristina Álvarez Luque.

Bajo dependencia directa del consejo se encuentra la Comisión Delegada, formada por Francisco Javier Luque García, que ejerce de presidente, y por sus hermanos José y Salvador.

A nivel operativo, el Comité de Dirección Hotelero es el órgano responsable de ejecutar el plan estratégico de Forte 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<sup>a</sup> María Ceballos Domínguez

### Director Comercial

D. Martín Alexandre Contelles

### Director de Operaciones Corporativo Multimarca

D. Héctor Abuín Bermúdez

# 1.3.

## Creamos valor

Desde su fundación en 1957, **Fuerte Group Hotels** ha mantenido una firme vocación por generar valor sostenible en los entornos donde opera. Inicialmente centrado en contribuir al desarrollo económico y social de una España emergente, el grupo pronto incorporó un principio esencial que aún hoy define su identidad: crecer de forma respetuosa con el entorno natural y social. Esta visión integrada de progreso y sostenibilidad sigue siendo uno de los pilares de la estrategia del grupo, y se refleja tanto en su actividad hotelera como en su cultura corporativa.

**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”.



El Fuerte Marbella

# 1.4.

## Plan estratégico y sostenibilidad

La sostenibilidad es uno de los principios clave de **Fuerte Group Hotels**, algo que promovemos casi desde nuestros inicios, siendo pionera la empresa en fomentar estrategias de negocio respetuosas con el entorno e integradas en la cultura local. Actualmente la sostenibilidad empresarial se considera un aspecto imprescindible tanto a nivel social como a nivel de las políticas fomentadas por la propia Unión Europea.

Los reconocimientos cosechados por Fuerte Group Hotels se actualizan anualmente en su web de sostenibilidad. Cabe destacar la integración de metas y acciones en un sistema común a nivel de grupo y la demostrada resiliencia y capacidad de adaptación a un marco legal en constante desarrollo y cambio. La adopción de un **Plan Estratégico** de grupo a nivel de sostenibilidad nos ayuda a cumplir con las demandas del sector y las exigencias normativas. El compromiso de Fuerte Group Hotels con la sostenibilidad es firme y se demuestra en el cumplimiento legal y la adopción de decisiones arriesgadas alineadas con los objetivos de desarrollo sostenible.

El **Plan Estratégico de Sostenibilidad** se actualiza conforme a la normativa más reciente, a nivel estatal y autonómica, va surgiendo:

**Real Decreto 314/2025**, de 18 de marzo, por el que se crea el registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono y por el

que se establece la obligación de cálculo de la huella de carbono y de la elaboración de planes de reducción de emisiones de gases de efectos invernadero.

**Ley 1/2025**, de 1 de abril, de prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario.

**Real Decreto 91/2025**, de 11 de febrero, por el que se establece el mecanismo de gobernanza de energía, cambio climático y calidad del aire.

No olvidamos la normativa de referencia ya en vigor:

**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.

**Ley 8/2018**, de 8 de octubre, de medidas frente al cambio climático y para la transición hacia un modelo energético en Andalucía.

**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.

**Ley 3/2023**, de 30 de marzo, de Economía Circular de Andalucía. Tampoco dejamos al lado las previsiones que en un fu-

turo próximo se derivarán de las directivas en materia de sostenibilidad que la Unión Europea tiene previsto aprobar y/o el Estado transponer al marco legal patrio, y que van a suponer nuevas obligaciones y aspectos a considerar en los que ya estamos trabajando:

**Directiva (UE) 2022/2464** del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de diciembre de 2022 por lo que respecta a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas (CSRD).

**Paquete Ómnibus**, de 26 de febrero de 2025, del Parlamento, por el que se plantean una serie de reformas que complementan la CSRD.

Así, esta memoria desarrolla información sobre sostenibilidad a nivel medioambiental (economía circular, uso de recursos, eficiencia energética, uso de energías renovables y adaptación al cambio climático), social (medidas de igualdad, condiciones laborales o inclusión) y gobernanza (valores éticos, sistema de control y gestión de riesgos).

La consecución de los objetivos establecidos en el Plan Estratégico se consigue gracias a la coordinación de equipos multidisciplinares integrados por personal de Fuerte Group Hotels y expertos externos, que se plasman en los Comités de Eficiencia Energética y Sostenibilidad. En las reuniones que se mantienen en el ámbito de estos comités los distintos departamentos colaboran

y proponen soluciones alineadas con los objetivos globales del grupo que posteriormente se implementan en los diferentes hoteles.

La vigencia del Plan Estratégico es de cuatro años y su cumplimiento se va revisando anualmente, con un seguimiento continuo que permite ajustar los objetivos y las metas según las circunstancias y en base a criterios objetivos y la consulta con expertos. Además, en consonancia con los **criterios ESG**, se hace partícipe a la plantilla del plan, informando de actividades y acciones que van dirigidas a los trabajadores; y se informa anualmente de los progresos realizados para alcanzar los objetivos propuestos.

**Estos objetivos son los siguientes:**

#### OBJETIVO 1

##### Compromiso contra el cambio climático

Contribuir a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero en el contexto del sector turístico. Fuerte Group Hotels apuesta fuerte en esta línea, invirtiendo en mejoras e iniciativas relacionadas con la eficiencia energética y la reducción de la huella de carbono de sus establecimientos.

#### OBJETIVO 2

##### Reducir los residuos producidos por la actividad

Integrar la economía circular en el modelo de negocio e implementar medidas orientadas a preservar el medio ambiente y la salud humana, mediante la prevención o reducción de la generación de residuos, así como el fomento del reciclaje son aspectos esenciales para mejorar nuestra competitividad empresarial.

#### OBJETIVO 3

##### Uso eficiente del agua

El uso eficiente del agua es imprescindible en un contexto ambiental y social y, sobre todo, en un escenario mediterráneo donde este es un recurso cada vez más escaso. Conseguir una mayor eficiencia hídrica muestra el compromiso de la empresa con la responsabilidad social y la gestión sostenible de los recursos, y resulta 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

Fuerte Group Hotels dispone ya de un Plan de Acción contra el Desperdicio Alimentario en el que se adoptan medidas específicas para el control de las mermas, se controlan los residuos alimentarios mediante la implantación de sistemas digitales en las cocinas, se ajustan las compras, se fomenta un consumo más responsable y se donan los excedentes a organizaciones benéficas locales cumpliendo con la normativa sanitaria vigente.

#### OBJETIVO 5

##### Bienestar laboral

Las personas son una de las apuestas clave en el éxito del grupo. El compromiso de mejora laboral se revisa anualmente, mejorando las prestaciones y ofertando calidad al equipo que presta servicios en nuestros hoteles.

#### OBJETIVO 6

##### Satisfacción del cliente

Nuestros clientes están tan comprometidos con la sostenibilidad como el grupo intenta estarlo. Sostenibilidad

es sinónimo de calidad, y un atractivo que prioriza la elección de destinos y establecimientos, motivo por el que estamos muy atentos a la opinión y expectativas de las personas que se alojan en nuestros hoteles.

#### OBJETIVO 7

##### Contribución a las organizaciones locales

Tanto el grupo como la Fundación Fuerte se implican anualmente en numerosos proyectos sociales, culturales y ambientales que garantizan una relación fluida con su entorno. Es evidente que, a largo plazo, es necesario cuidar la relación con el espacio en el que se realiza la actividad de la empresa, y mantener una buena relación con las personas cercanas. Son aspectos clave del éxito.

#### OBJETIVO 8

##### Control de la inversión en sostenibilidad

La sostenibilidad no es ajena al compromiso económico, algo esencial para una empresa. Medir en términos económicos el impacto de las medidas e inversiones en sostenibilidad nos permite valorar la implicación económica anual que implica el Plan.



Desayuno Le Marché en Hotel El Fuerte Marbella

Estos objetivos se definen tanto a corto como a medio plazo. De cara a 2025 los objetivos a corto plazo son los siguientes:

ODS	Principio del Pacto Mundial	Pertenencia ESG	Compromiso	Objetivo a corto plazo para 2025
1 	7, 8 y 9	E1	Compromiso contra el Cambio Climático	Reducir las emisiones de GEI al menos en un 1 % (kg de CO2 equivalentes por cliente).
2 	7, 8 y 9	E2	Reducir los residuos generados por la actividad	Mantener los protocolos de automedición de producción de residuos ya instaurados en los hoteles y afianzar el reciclaje conforme a las nuevas normativas en vigor.
3 	7, 8 y 9	E3	Realizar un uso eficiente del agua	Reducir el consumo de agua por cliente al menos en un 1 %.
4 	1, 7, 8 y 9	E4	Acción contra el desperdicio alimentario	Mantener la apuesta por la reducción del desperdicio alimentario implantando el Plan en los hoteles que aún no lo llevan a cabo y fomentar la colaboración con ONG para las donaciones de excedentes.
5 	3, 4, 5 y 6	S1	Bienestar laboral	Seguimiento y cumplimiento de los objetivos laborales del Plan de Bienestar Laboral.
6 	1 y 2	S2	Satisfacción del cliente	Aumentar al menos en un 0,5 % la satisfacción global de los clientes.
7 	1, 7, 8 y 9	S3	Contribución a organizaciones locales	Mantener colaboraciones con organizaciones medioambientales, culturales y sociales.
8 	7, 8 y 9	G1	Control en la inversión en sostenibilidad	Medir la inversión y aumentarla de forma progresiva si es viable.

# 1.5. Reconocimientos y certificaciones

Una mirada hacia atrás nos permite contemplar nuestro progreso, el mejor aval de nuestro desempeño profesional. Desde 1998 hemos recibido numerosos reconocimientos y certificaciones. En nuestra web de responsabilidad social corporativa, un portal de transparencia y reflejo de lo que hacemos, se pueden consultar la mayoría. A continuación, se enumeran los últimos cinco años:

## 2020



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.

## 2021



Fuerte El Rompido consigue la certificación Travelife Gold Sustainability.

Amàre Marbella recibe el British Airways Holidays Customer Excellence Award.

## 2022



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.

## 2023



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.

Daia Conil recibe el premio Re Think Hotel al mejor proyecto de hotel por ejecutar sobre sostenibilidad y rehabilitación hotelera.

## 2024



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

Daia Conil recibe su certificación en sostenibilidad Gold Travelife Sustainability System.

Fuerte Conil Resort consigue el reconocimiento HolidayCheck Award.

Daia Conil es reconocido de nuevo con el premio Re Think Hotel al mejor proyecto sostenible de hotel ejecutado.

Fuerte Conil Resort es reconocido como uno de los mejores hoteles con el premio TUI Global Hotel Awards 2024.

Studiosus Intensiverleben nombra a Fuerte Conil Resort como uno de los hoteles con un nivel excepcional de satisfacción del cliente a nivel mundial con su galardón Quality Award 2023.

Amàre Beach Hotel Marbella y Amàre Beach Hotel Ibiza han sido premiados con el distintivo British Airways Holidays Customer Excellence Award.

Fuerte Group ha obtenido el certificado EFR en conciliación familiar y laboral.

Fuerte Hoteles recibe el premio Alma.

El **Amàre Beach Hotel Ibiza** mantiene su apuesta por la sostenibilidad certificando y registrando en el Registro Balear su Huella de Carbono, lo cual implica un proceso de auditoría de verificación del cálculo de la huella, por medio de la certificación **ISO 14064**.

La **descarbonización** es una apuesta a medio y largo plazo en la que no sólo participa Amàre Beach Hotel Ibiza. El compromiso con una descarbonización progresiva es firme en todo el grupo, y prueba de ello son los esfuerzos en reducción de la Huella de Carbono y la apuesta por las energías renovables y la compra de energía verde con garantía de origen que se han realizado durante 2024. Mantenemos así nuestra apuesta por la sostenibilidad dentro del sector hotelero. Y prueba de ello es que Seguimos obteniendo la certificación **ISO 14001 – Sistemas de gestión ambiental**, que ostenta el hotel **Fuerte Grazalema** (ubicado en el Parque Natural Sierra de Grazalema) y las certificaciones de sostenibilidad **Travelife Sustainability System**, con categoría Gold, en los hoteles de **El Rompido y Conil**. Recientemente, el grupo se ha unido a la iniciativa **Huella Zero Costa del Sol**, una marca de sostenibilidad que en breve avalará la gestión de los hoteles de la provincia de Málaga.



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

Mantenemos la tradición de los últimos años, alineando 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**. Medimos, analizamos y tomamos decisiones objetivas en base a ello, lo que nos permite progresar identificando áreas de mejora y fortalezas. Este proceso es fundamental para innovar y mantener nuestro compromiso con la protección del medio ambiente y el bienestar de la comunidad local en la que desarrollamos nuestro negocio. Cada año contribuimos con el reporte anual de progreso y la inscripción de la memoria de sostenibilidad en los registros del Pacto Mundial, un ejemplo de transparencia y compromiso.



**SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS**

## 2.2. Objetivos 2024

Fuerte Group Hotels ha llevado a cabo diversas acciones en materia de sostenibilidad durante 2024, todas ellas enfocadas en cumplir con los objetivos de nuestros Plan Estratégico y asociadas con los compromisos del Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Objetivos propuestos para 2024	Evaluación de su cumplimiento
<b>1</b> Mantener el objetivo de reducción de huella de Carbono equivalente en un 1 % por cliente.	Conseguido. Hemos reducido en un 10,3 % nuestra huella de carbono respecto de las emisiones del año anterior.
<b>2</b> Reducir los residuos producidos por la actividad.	Conseguido. Cada vez usamos menos plásticos y ya estamos separando los residuos orgánicos compostables de la fracción resto no reciclable.
<b>3</b> Formación en RSC y Circularidad y mayor esfuerzo en la separación de las diferentes fracciones de los distintos residuos.	Conseguido. Por primera vez se imparte formación presencial en sostenibilidad para la plantilla, además de mejorar y fomentar el campus online. Además, hemos realizado auditorías internas para mejorar el sistema de separación de residuos.
<b>4</b> Mantener el sistema de medición de residuos, apoyando mediante formación al personal encargado de ello.	Conseguido. Todos los hoteles están llevando a cabo el plan de automedición, lo que nos permite valorar y conocer mejor la eficacia del sistema de gestión de residuos e intervenir cuando hay incidencias.
<b>5</b> Revisión del plan de mejora de satisfacción de los clientes a fin de generar experiencias que superen las expectativas de los clientes.	Conseguido. Nuestras marcas se han superado en la mayoría de los indicadores. El Fuerte Marbella y Daia Conil se sitúan a la cabeza de clientes satisfechos y que consiguen cumplir sus expectativas.

6	Implementar métodos de reducción de consumo de agua que puedan ser extrapolados a la mejora y nuevas instalaciones.	Conseguido. La xerojardinería y la implantación de especies vegetales que consuman poca agua es ya una realidad en la mayoría de los hoteles y se plantea para los nuevos establecimientos del grupo. Nos esforzamos en sensibilizar al cliente en el uso sostenible del agua durante su estancia.
7	Colaborar activamente en la conservación del entorno de los centros hoteleros, tanto de fondos marinos, medio litoral como de ecosistemas terrestres.	Conseguido. Seguimos colaborando con iniciativas de limpieza del litoral, eliminación de especies exóticas, plantación de vegetación autóctona y reforestación de suelos y espacios degradados que además contribuyen al secuestro del carbono atmosférico.
8	Afianzar las iniciativas del Plan de Igualdad de la empresa y el desarrollo de iniciativas sobre igualdad de género.	Conseguido. La empresa ya está reconocida como Empresa Familiarmente Responsable.
9	Informar a nuestros stakeholders sobre nuestras políticas de Responsabilidad Social Corporativa y de circularidad, e instarles a implementar sus propias buenas prácticas ambientales.	Conseguido. Anualmente realizamos nuestra encuesta de materialidad y publicamos nuestro informe de progreso, disponible al público y a las partes implicadas en nuestra cadena de valor.
10	Realizar experiencias con los clientes que les permitan una inmersión en el entorno local y las tradiciones más cercanas a los establecimientos donde se alojan.	Conseguido. El programa Fuerte Live ofrece un gran abanico de posibilidades de experiencias únicas, así como los talleres artesanales y gastronómicos de Daia Conil.
11	Desarrollar iniciativas para continuar con la política de fomento y desarrollo del talento.	Conseguido. El programa Crece sigue impulsando la carrera de una parte importante de la plantilla.

## 2.3. Comunicaciones y campañas

En 2024 **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 local y nacional, la realización de viajes de prensa y la organización de campañas y eventos.

En 2024, muchas de esas acciones se centraron en el **lanzamiento de la nueva marca Daia Slow Beach Hotel Conil**, y en la apertura del hotel Daia Conil, que tuvo lugar el 7 de julio, tras una inversión de 6,5 millones de euros (4,5 millones en obras e instalaciones y 2 millones en equipamientos).

Al tratarse de una nueva enseña, posicionada dentro del **segmento upper upscale**, que es relativamente nuevo para Forte Group Hotels, se intensificaron las actividades para darla a conocer.

Especialmente las encaminadas a promocionar sus atributos más relevantes, como es su diseño sostenible, respetuoso con el medioambiente de manera integral; y su apuesta por la gastronomía de cercanía conocida

también como slow food. A este respecto, Daia Conil ha implantado un programa de colaboración con proveedores locales excepcional, que busca apoyar a los más de **25 artesanos locales y agricultores** que proporcionan al hotel productos únicos y de gran calidad.

Ésta es una de las acciones de RSC que han llevado a cabo todos los hoteles de Forte Group Hotels, de las que la cadena ofrece información actualizada a través

de una web corporativa destinada exclusivamente a ello; y también en las secciones de RSC incluidas en las páginas de internet propias de cada una de las marcas.

En otro orden de cosas, en 2024 Forte Group Hotels siguió consolidando su labor de comunicación a través de las redes sociales, un canal que año tras año sigue creciendo en valor y en número de seguidores:

MARCA	INSTAGRAM	FACEBOOK	X	YOUTUBE
<b>FUERTE HOTELES</b>	40.873	62.854	7.581	1.630
<b>AMÀRE HOTELS</b>	86.365	35.511	1.160	4.840
<b>EL FUERTE MARBELLA</b>	20.843	1.576	-	75
<b>DAIA SLOW BEACH HOTEL CONIL</b>	7.238	2.439	-	21

Los cambios más significativos respecto al año anterior han sido la creación de un nuevo perfil para la marca **Daia Slow Beach Hotel Conil**; y el gran incremento registrado por parte de los perfiles de Instagram, especialmente en el caso de la marca Amàre, que en un año incorporó 20.368 seguidores. En el caso de Fuerte Hoteles y El Fuerte, el ascenso fue de 8.971 y 12.357 followers, respectivamente.

En ese ascenso de la audiencia tuvo mucho que ver las campañas realizadas con influencers a lo largo de todo el ejercicio. Se trata de una acción que se lleva realizando desde hace unos años, y cuyos resultados han sido siempre muy notables.

Durante la temporada 2024 los establecimientos de Amàre Hotels colaboraron con personajes famosos en sus principales mercados emisores como **Anna Nooshin, Emily Miller, Estela Grande y Jessica Errero**; mientras que Fuerte Hoteles apostó por embajadoras como **Alejandra Rubio, Soraya Arnelas y Noor Ben Yessef**, del mercado español.

Los frutos que produjeron estas promociones fueron de gran calidad, con un total de **22 millones y 7 millones de impresiones**, respectivamente.

Por su parte, los logros alcanzados por las campañas que El Fuerte Marbella hizo con **Freya Killin, Samie Elishi o Sara Alwari**; y las que **Daia Slow Beach Hotel Conil** llevó a cabo con **Ariadne Artiles**, también alcanzaron cifras excelentes, con **16 millones y 8 millones de visualizaciones**, respectivamente.



Tavira Rooftop Bar en Daia Slow Beach Hotel Conil

## 2.4.

# Relaciones con nuestros grupos de interés

Fuerte Groups Hotels es una compañía abierta a la colaboración, que siempre ha mostrado su apuesta por el asociacionismo y por el desarrollo de iniciativas público-privadas. Muestra de ello son las múltiples alianzas que ha suscrito a nivel local y nacional.

### En el ámbito social:

Destacan los acuerdos establecidos desde hace muchos años con instituciones, asociaciones y centros de formación del sector turístico, entre los que destacan los siguientes:

Más allá de estos acuerdos, los directivos de Fuerte Group Hotels, especialmente José Luque, participan en numerosos foros y encuentros organizados por distintas universidades como la de Málaga, y por las cátedras Peñarroya de turismo y de la mujer de San Telmo Business School, entre otras.

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	Miembros de AAEF, Asociación Andaluza de la Empresa Familiar

### En el ámbito económico:

En el ámbito empresarial, Fuerte Group Hotels ha priorizado el establecimiento de relaciones fluidas y eficaces con el sector financiero y con todos los actores clave involucrados en el negocio hotelero. Entre estos se incluyen touroperadores, agencias de viajes, aerolíneas, receptivos y, en los últimos años, plataformas de OTAs, así como otras numerosas empresas del sector.

Además, la compañía ha promovido la firma de acuerdos estratégicos con proveedores, optando siempre que es posible por aquellos locales, con el fin de apoyar y fortalecer el desarrollo económico de las comunidades donde se encuentran sus hoteles.

En este sentido, en 2024 destacó la colaboración suscrita por Daia Slow Beach Hotel Conil con más de 25 **pequeños productores locales**, con los que comparten una misma filosofía de calidad y sostenibilidad, que ha permitido enriquecer su oferta con productos excepcionales y únicos dentro del ámbito agroalimentario.

Entre ellos destacan elaboradores de lácteos, conservas, carnes y pescados, frutas y verduras, repostería, huevos, vinos y cafés, entre otros.

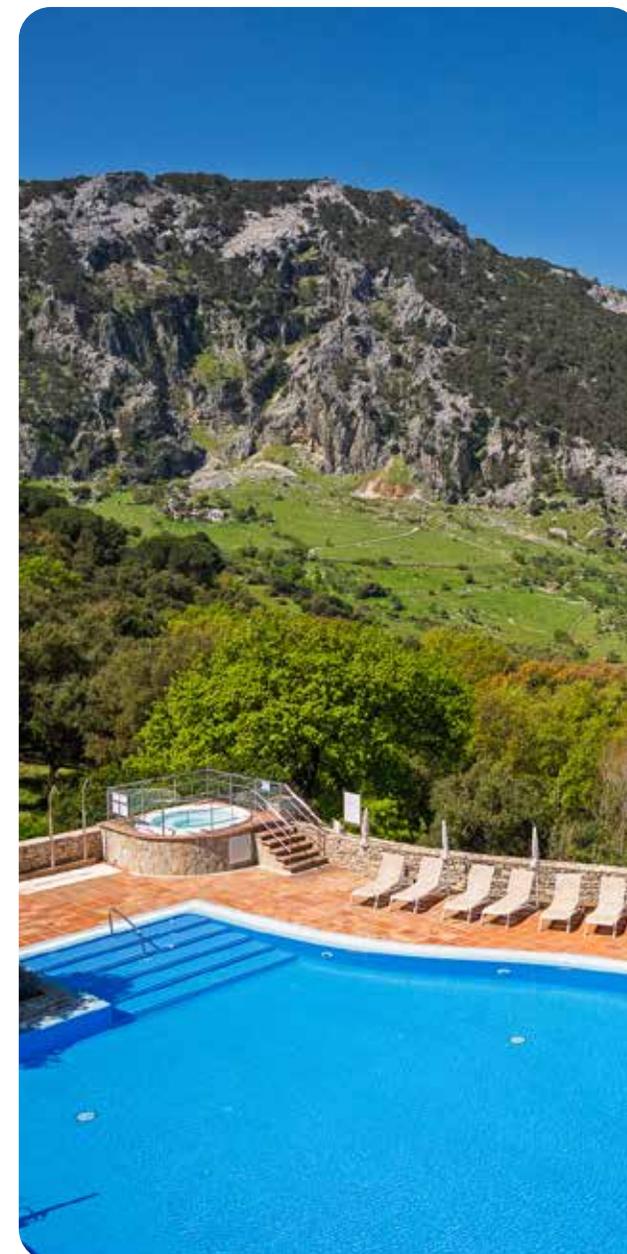
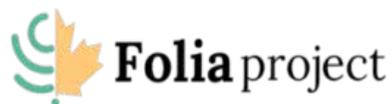
A todos sus socios y colaboradores, Fuerte Group Hotels les exige la adopción de prácticas sostenibles y un firme compromiso con la preservación del medio ambiente, condiciones que se han convertido en requisitos fundamentales para cualquier colaboración con el grupo.

### En el ámbito ambiental:

Cuando Fuerte Groups Hotels firmó el Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2016, se comprometió a integrar los 10 principios fundamentales en su estrategia empresarial y a alinear sus políticas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), promoviendo prácticas responsables y sostenibles en todas sus operaciones.

Desde entonces, ésta ha sido su máxima prioridad; además de transmitir su importancia a los proveedores, clientes y empleados con los que trabaja; y colaborar con importantes empresas y ONGs que comparten su interés.

En 2024 realizó varias acciones y campañas medioambientales como entidades como **WWF España**, organizadora de 'La Hora del Planeta', **Ecoherencia y Folia project**, entre otras.



Hotel Fuerte Grazalema

### Análisis de materialidad

Como cada año hemos abordado un **análisis de los temas materiales** más relevantes para nuestra cadena de valor y nuestros grupos de interés. Este tipo de análisis nos permite priorizar estrategias, evaluar y comprender las preocupaciones de nuestros stakeholders y tratar de abordar los **riesgos, oportunidades e impactos ambientales de nuestra actividad**.

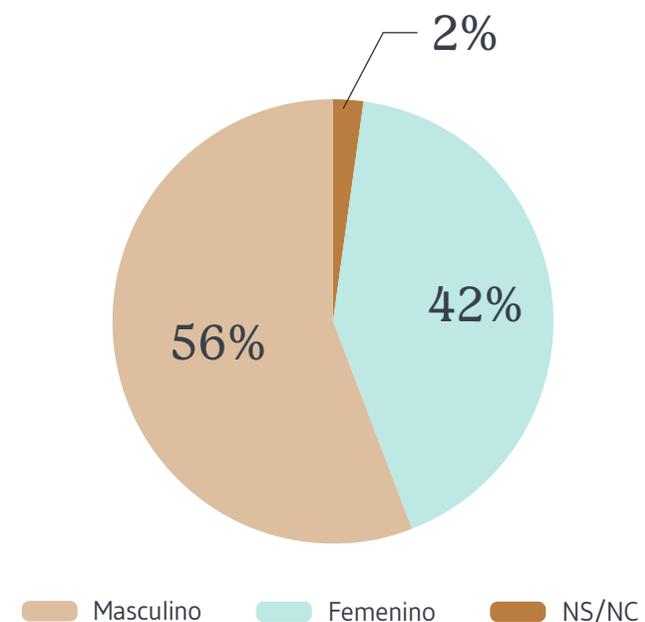
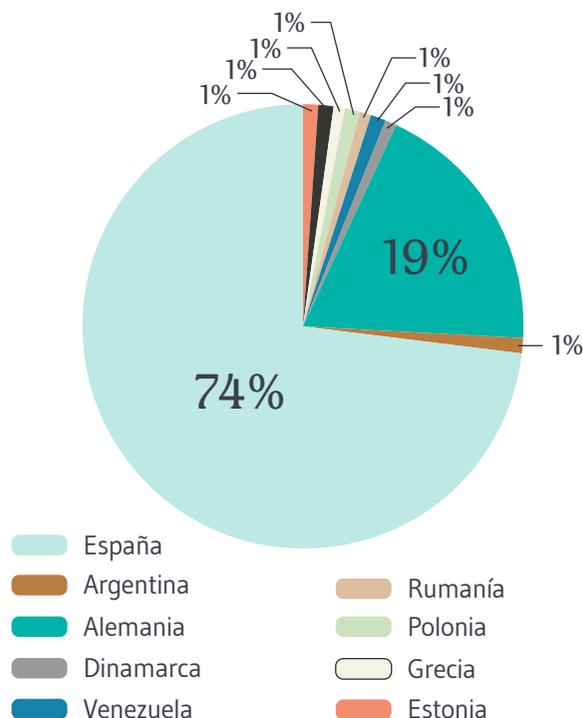
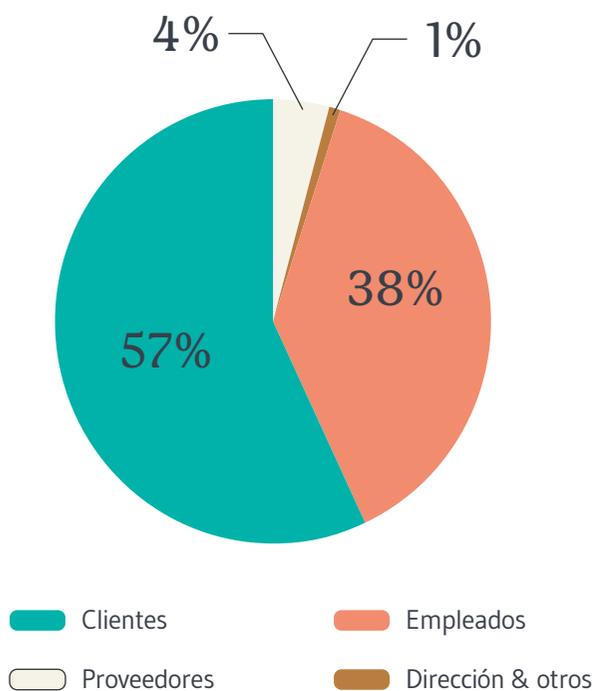
Realizamos un **análisis de doble materialidad** en el que se considera un análisis de dentro hacia fuera para valorar impactos; y de fuera hacia dentro, para evaluar riesgos y oportunidades. Básicamente, realizamos una encuesta

entre los componentes de nuestra cadena de valor, previamente identificadas las partes interesadas, y aplicamos un baremo mediante criterios objetivos para priorizar los temas materiales que se les propone valorar.

Este enfoque nos permite considerar temas materiales de tres áreas (social, ambiental, transversales y de gobernanza) consistentes con temas que importan a nivel financiero (materialidad financiera) y a nivel ambiental y social (materialidad de impacto). Los temas materiales que se proponen proceden de un consenso entre los departamentos del grupo y son aprobados por el **Comité de Sostenibili-**

**dad**. Además, se alinean con los diferentes estándares internacionales propuestos para valorar temas ESG.

Este año se propusieron 21 temas materiales a valorar por parte de 13.550 personas, entre clientes, proveedores, directivos, accionistas y personal de la administración pública. La encuesta se realizó en tres idiomas (español, inglés y alemán). La respuesta obtenida ha permitido priorizar los temas más relevantes para los grupos de opinión de la empresa. Han sido los empleados y clientes los que han respondido mayoritariamente, de nacionalidad española, sobre todo, y prácticamente en igualdad de género.



Los temas materiales más relevantes han resultado ser de índole social y de gobernanza, quedando los ambientales en quinto y sexto puesto del ranking.

## Área ambiental

5 6 9 10 12 15 17 18

## Área Social

1 2 4 7 8 11 16

## Área transversal y de gobernanza

3 13 14 19 20 21

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Respeto a los derechos humanos.</li> <li>2. Buen clima laboral. Existencia de políticas de empleo y prácticas laborales.</li> <li>3. Excelencia en los niveles de calidad de servicio.</li> <li>4. Igualdad de oportunidades para el personal. No discriminación (género, raza, etc.).</li> <li>5. Gestión sostenible de los residuos, reciclaje y reducción del uso de plásticos.</li> <li>6. Buenas prácticas en el uso del agua, disponer de protocolos y medidas de ahorro.</li> <li>7. Inversión en formación y educación del personal.</li> <li>8. Impacto positivo en la comunidad local. Proyectos sociales, selección de proveedores locales y pequeños productores, etc.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>9. Prevención del desperdicio alimentario.</li> <li>10. Uso de materiales sostenibles y biodegradables.</li> <li>11. Programas de retención de talento profesional y contratación local.</li> <li>12. Eficiencia energética y esfuerzo para reducir la huella de carbono.</li> <li>13. Disponer de una estrategia de sostenibilidad transversal que implique a todos los departamentos y niveles de la empresa.</li> <li>14. Impacto positivo en la comunidad local donde se emplazan los hoteles. Compras a proveedores locales, contratación local, etc.</li> <li>15. Mitigación del impacto ambiental a través de una política basada en economía circular.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>16. Búsqueda de experiencias auténticas y representativas de la cultura local.</li> <li>17. Disponer de certificaciones o sellos ambientales que aseguren un desempeño sostenible de la empresa a todos los niveles (eficiencia, ahorro energético, energías renovables, reciclaje...).</li> <li>18. Iniciativas y campañas de protección ambiental (biodiversidad, espacios naturales protegidos, etc...).</li> <li>19. Innovar y ofrecer diferentes marcas con identidad propia.</li> <li>20. Buen gobierno y transparencia en los resultados y procesos.</li> <li>21. Buenos resultados financieros.</li> </ol> |
|---|--|---|



**03.**

**RESPECTO AL MEDIOAMBIENTE**

**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 del entorno más cercano constituye la base del éxito de una oferta gastronómica local y sostenible. Así se promocionan platos típicos y sabores que representan la identidad de un lugar, aquel en que se alojan los clientes. Cada hotel de Fuerte Group Hotels promociona y establece una relación cercana y directa con proveedores locales, ofreciendo a sus visitantes experiencias auténticas y cercanas.

Durante 2024 la inversión en compras de origen local en Andalucía ha aumentado un 10,6 % respecto al año anterior. El 80 % de estas compras se agrupan en 29 proveedores, 4 más que en 2023, lo que demuestra el compromiso de Fuerte Group Hotels por las políticas ESG y su apuesta por apoyar las iniciativas locales. En el caso de Ibiza el 82 % de las compras se concentran en 8 proveedores, concentrando las compras de origen local en 2-3 proveedores menos que en 2023 ya que las compras generales para este hotel también disminuyeron en 2024.

Nuestro compromiso con los productos de cercanía supone también un menor gasto en transporte, lo que redundará en una menor huella de carbono (alcance 3), un fomento del crecimiento económico del entorno más próximo y una apuesta decidida por mitigar los efectos del cambio climático.

INVERSIÓN COMPRAS (EUR)	2023	2024	% DE CAMBIO
Andalucía	4.965.978,62	5.492.201,07	↑ +10,6 %
Ibiza	975.580,15	740.380,00	↓ -24,1 %

PROVEEDORES LOCALES	2023	2024	% DE CAMBIO
Andalucía	25	29	↑ +16 %
Ibiza	10 a 12	8	↓ -20 % a 33 %

## 3.2. Residuos y circularidad

Seguimos apostando por minimizar el uso de plásticos, implementado medidas para ofrecer alternativas sostenibles en nuestros desayunos buffet. Por ejemplo, porciones de mantequilla al corte, sin envases; agua no embotellada y zumos naturales en botellas de cristal recargables.

Continuamos poniendo a disposición de los clientes productos a granel, tanto en los amenities de las habitaciones, como frutas y charcutería en los buffet, con el fin de reducir el uso de envases individuales. Somos más responsables y tratamos de transmitir esas buenas prácticas a los clientes, que año tras año nos trasladan su interés en contribuir a la reducción de residuos plásticos.

La implantación del **Plan de Reducción del Desperdicio Alimentario**, ya en vigor, nos ayuda a minimizar el uso de productos perecederos, llevando a cabo un control más riguroso de mermas y de las reservas en el economato. La herramienta digital Winnow, implantada ya en todas las cocinas de nuestros hoteles, ayuda a los chefs a ser conscientes de aquellos productos que se están infrutilizando y aquellos que se están desperdiciando, del impacto en términos de huella de carbono que ello supone y del coste en términos económicos. Además, contribuye a la separación efectiva de los residuos orgánicos compostables, una de las obligaciones legales ya en vigor según la **Ley de Economía Circular de Andalucía (LECA)** y la normativa estatal de residuos y prevención del desperdicio alimentario.

Gracias al concurso de gestores autorizados, en nuestros hoteles se ha reducido la producción de residuos y se reciclan envases ligeros, papel y cartón, vidrio y aceite usado (un residuo altamente contaminante). En línea con los principios de la economía circular, estos residuos tienen una nueva vida como materias que participan en la producción de nuevos productos. El reto para 2025 será que la fracción orgánica, los biorresiduos, aparezca también diferenciada y podamos estimar la cantidad de compost que se produce en nuestros hoteles.

Durante el año 2024, Fuerte Group Hotels consiguió reciclar las siguientes cantidades de residuos:

RECICLAJE 2024	VIDRIO (KG)	PAPEL Y CARTÓN (KG)	ENVASES LIGEROS (KG)	ACEITE DE COCINA (L)
Fuerte El Rompido	2.410,00	26.320,00	3.413,71	1.212,00
Fuerte Conil - Resort	38.300,00	3.890,00	2.238,00	1.216,00
Daia		2.970,00	1.840,00	
El Fuerte Marbella	16.500,00	8.700,00	4.920,00	3.175,00
Fuerte Grazalema	3.400,00	4.425,00	1.420,00	625,00
Amare Marbella	38.154,96	18.550,00	6.181,50	2.162,50
Amare Ibiza	59.375,00	55.339,04	46.444,71	3.440,00
	<b>158.139,96</b>	<b>120.194,04</b>	<b>66.457,92</b>	<b>11.830,50</b>
% cambio respecto a 2023	<b>-0,15 %</b>	<b>-0,9 %</b>	<b>+0,91 %</b>	<b>+49,37 %</b>

Los datos evidencian que la cantidad de residuos que se reciclan en los diferentes hoteles del grupo permanece más o menos constante, a excepción del aceite usado -el residuo más peligroso-. El volumen de aceite reciclado como biocombustible ha aumentado significativamente respecto a 2023.

No hay que olvidar también que los residuos peligrosos son gestionados debidamente con gestores especializados y bajo estricto cumplimiento legal.



Hotel Forte Conil - Resort

## 3.3. Simbiosis con organizaciones

**Fuerte Group Hotels** continúa colaborando con diversas organizaciones sin ánimo de lucro, todas ellas comprometidas con el respeto a los entornos naturales y la protección del medioambiente. Durante 2024 se han seguido llevando a cabo actividades de **sensibilización para empleados, clientes y ciudadanos**.

Los carteles informativos para sensibilizar a los huéspedes sobre la importancia de ahorrar agua, energía y el valor de los ecosistemas están presentes en todos nuestros hoteles.

También apoyamos a ONGs y entidades que realizan actividades de respeto al medioambiente y el bienestar animal. Alentamos a nuestros clientes a ser responsables, eligiendo actividades que protejan y respeten al entorno al mismo tiempo que intentamos transmitir la importancia de conservar los ecosistemas y los beneficios ecosistémicos que ello aporta a la sociedad.

En nombre de **Fuerte Grazalema** y en señal de apoyo a la iniciativa de WWF, participamos en **“La Hora del Planeta”** apagando luces exteriores y decorativas interiores en una franja horaria y re-

clamando así acciones urgentes contra el cambio climático. También se realizó una **plantación de arbolado autóctono** en un monte degradado en el municipio malagueño de **Teba**, en colaboración con la entidad **Folia Project**. Esta iniciativa no sólo va a permitir una regeneración de ese ecosistema, sino también proteger el suelo y secuestrar carbono atmosférico.



Proyecto de plantación de Fuerte Group Hotels en Teba

Una iniciativa similar, en nombre de **Daia Hotels**, ha permitido plantar una selección de algarrobos, un árbol autóctono y de gran valor ecosistémico, en las **sierras de Marbella y Ojén**. Esta plantación permitirá preservar el suelo de la erosión en una zona incendiada y ofrecer recursos y refugio a la biodiversidad local.

Con la participación de **Daia Hotels y Fuerte Conil - Resort**, y en colaboración con la entidad ambiental **Ecoherencia**, hemos ejecutado una acción de restauración de ecosistemas litorales en el **Parque Natural de la Bahía de Cádiz**, en la que se han eliminado zonas afectadas por plantas invasoras como la uña de gato (*Carpobrotus edulis*) y se han repoblado con vegetación autóctona que ayuda a la conservación de las zonas dunares.

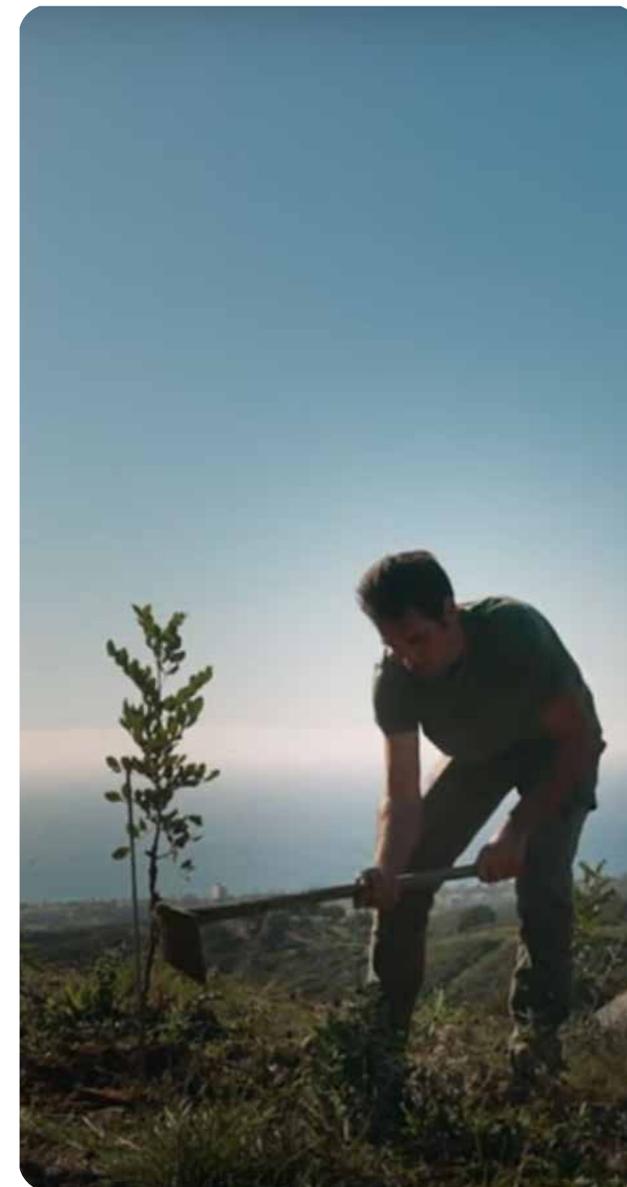
Por su parte, **Amàre Hotels** sigue comprometida con el turismo responsable mediante iniciativas de fomento de la cultura local por medio de la iniciativa **Amare Loves Art**. **Amàre Ibiza** fomenta la cultura y las actividades artísticas mejorando las instalaciones y ampliando el equipamiento de la Escuela de Arte de Ibiza para fomentar el mecenazgo de futuros artistas. Por su parte, **Amàre Marbella** colabora con el **Ateneo de Málaga** en la conservación de sus obras y la difusión del arte.



Parque Natural de la Bahía de Cádiz



Instalaciones del Ateneo de Málaga



Repoblación de algarrobos en Sierra de Ojén

# 3.4.

## Más eficiencia, menos consumo

### CONSUMOS

Durante el año 2024 se ha continuado monitorizando los consumos y se ha implantado el **Cuadro de Mandos Energético**, lo que permite ya un seguimiento en tiempo real de los diferentes usos de fuentes de energía. De esta manera, hemos aumentado la eficacia a la hora de conocer posibles desviaciones y la inmediatez de la respuesta.

La siguiente tabla muestra la variación anual (2024 respecto a 2023) en los consumos equivalentes de cada hotel en función de la ocupación.

% VARIACIÓN	FUERTE EL ROMPIDO	FUERTE CONIL - RESORT	DAIA CONIL	FUERTE GRAZALEMA	EL FUERTE MARBELLA	AMÀRE MARBELLA	AMÀRE IBIZA
Marbella	↓ -19,1	↑ +21,4		↓ -4,2	↓ -14,1	↓ -6,5	↓ -3,8
Ibiza	↑ +15,3	↑ +38,6		↓ -0,8		↓ -2,7	
Electricidad (kWh)					↓ -20,4		↑ +6,2
Propano (kg)	↓ -12,9	↓ -8,8		↓ -0,2	↓ -13,5	↑ +41,4	↑ +6,7
Gas Natural (kWh)		↑ +4,7		↑ +5,1		↑ +1,9	
Agua (m3)	↓ -12,9	↓ -8,8		↓ -0,2	↓ -13,5	↑ +41,4	↑ +6,7
Gasóleo (L)		↑ +4,7		↑ +5,1		↑ +1,9	

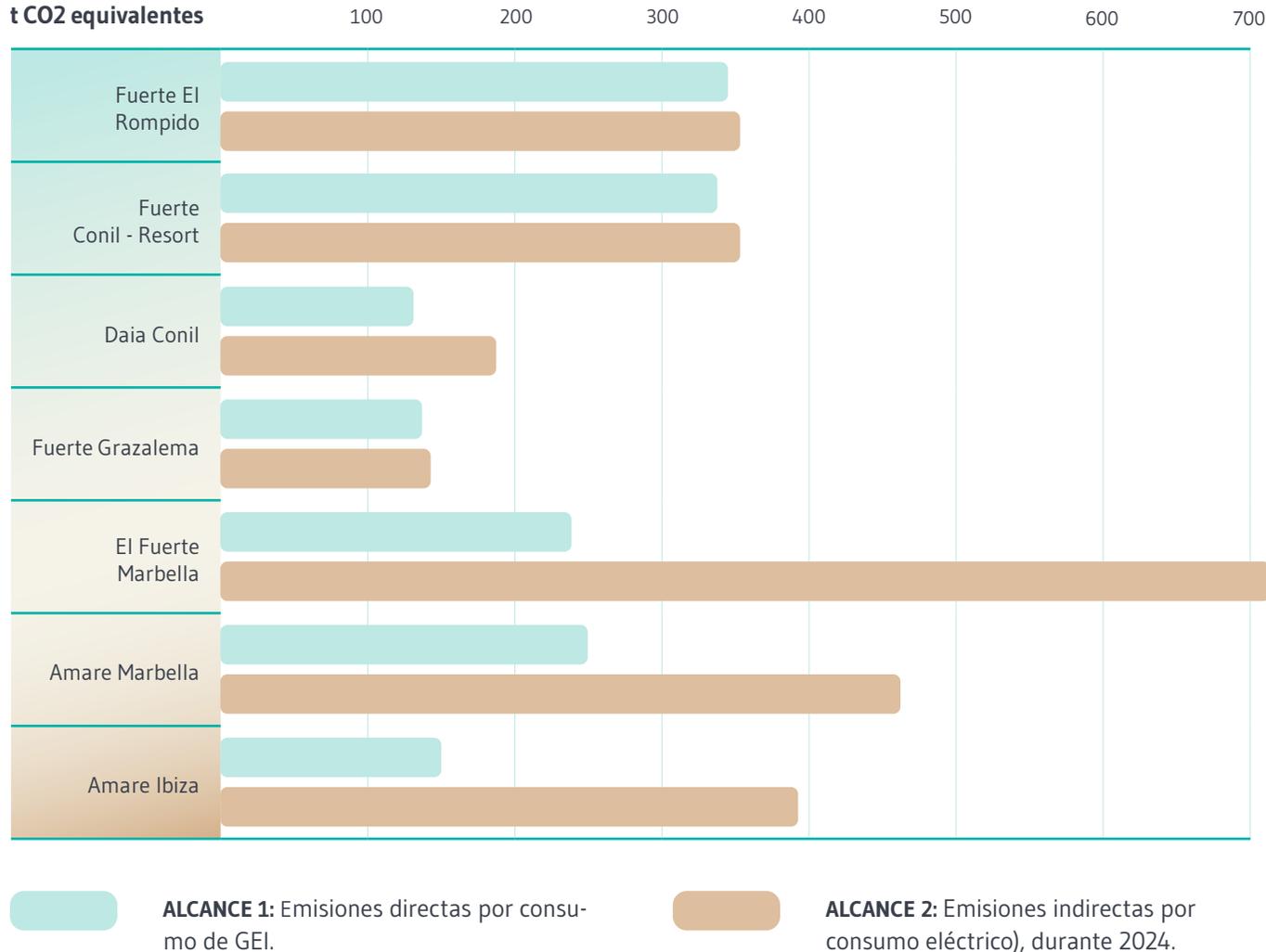
Los consumos de **Daia Conil** no son aún comparables al no haber datos en 2023. Por su parte, los incrementos en Fuerte Conil - Resort responden a la plena incorporación de **Costa Conil en 2024**. Durante 2023, el edificio Costa Conil sólo funcionó parcialmente. Algo similar ocurre con **El Fuerte Marbella**, cuya comparativa no es significativa al estar activo este hotel durante 2023 sólo unos meses. El resto de los consumos entra en un rango normal de variación, con bajadas en algunos recursos y leves subidas en otros, con la excepción del propano en Fuerte El Rompido y el agua en Amàre Marbella. En el primer caso la subida obedece a un aumento también de un 15 % de clientes, mientras que en el segundo se debió a un problema con una de las fuentes de suministro de ACS del hotel.

Una de las aportaciones en materia de sostenibilidad de 2024 ha sido la producción de **energía fotovoltaica** en algunos hoteles del grupo. En El Rompido se han producido 254.559 kWh, equivalentes al 18,2 % de la energía eléctrica consumida. En Conil la producción de energía renovable ha ascendido a 122.720 kWh, lo que equivale al 11,1 % de la energía eléctrica consumida. Para 2025 esperamos aumentar el rendimiento y la producción de energía fotovoltaica. Además, Fuerte Group ha apostado por la compra de un **10 % de energía verde con Garantía de Origen**, lo que va a suponer una gran aportación en términos de reducción de Huella de Carbono.

### HUELLA DE CARBONO

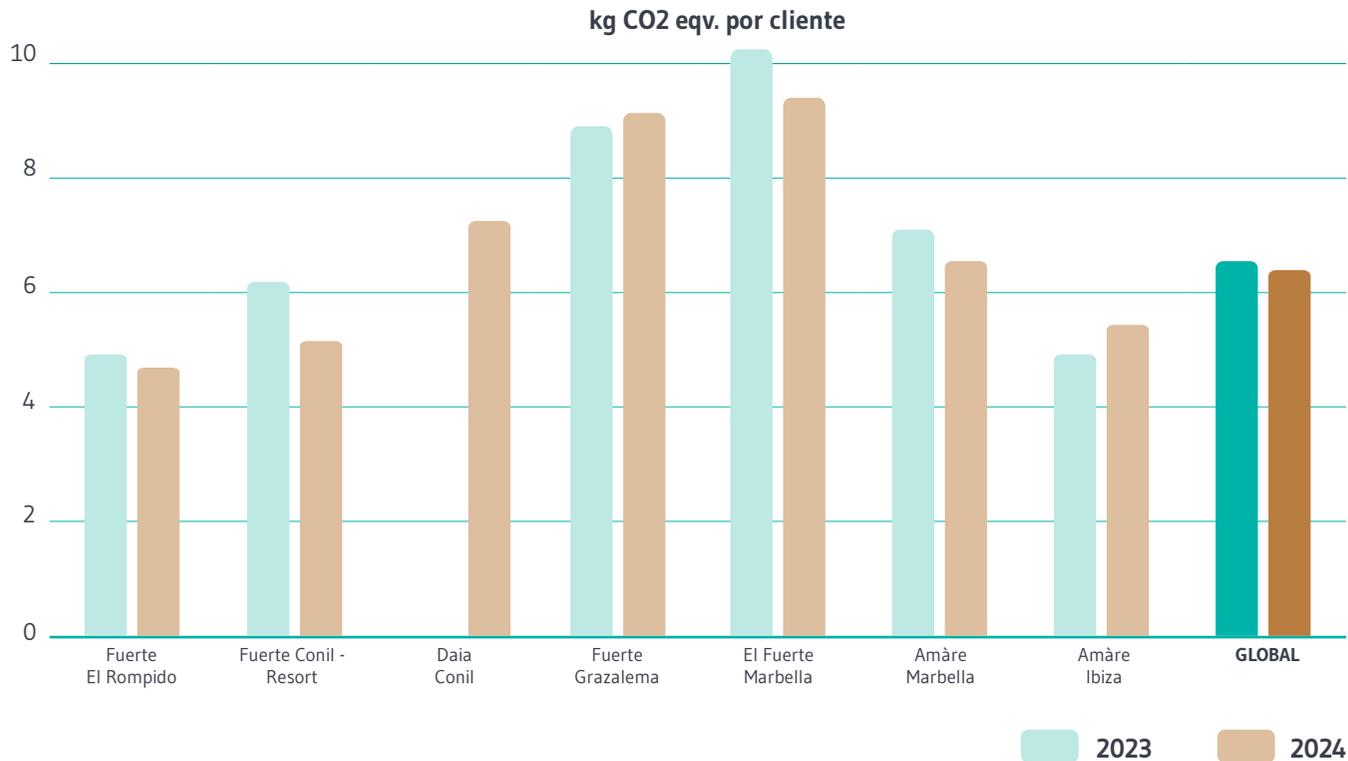
En términos de Huella de Carbono casi todos los hoteles del grupo han conseguido reducir de forma individual las emisiones de CO2, tanto en alcance 1 (emisiones directas por consumo de GEI), como en alcance 2 (emisiones indirectas por consumo eléctrico), durante 2024.

Esto ha llevado a una reducción de la Huella de Carbono global del grupo estimada en un 1,5 % menos que en 2023, un valor ligeramente por encima del objetivo anual previsto de un 1 %.



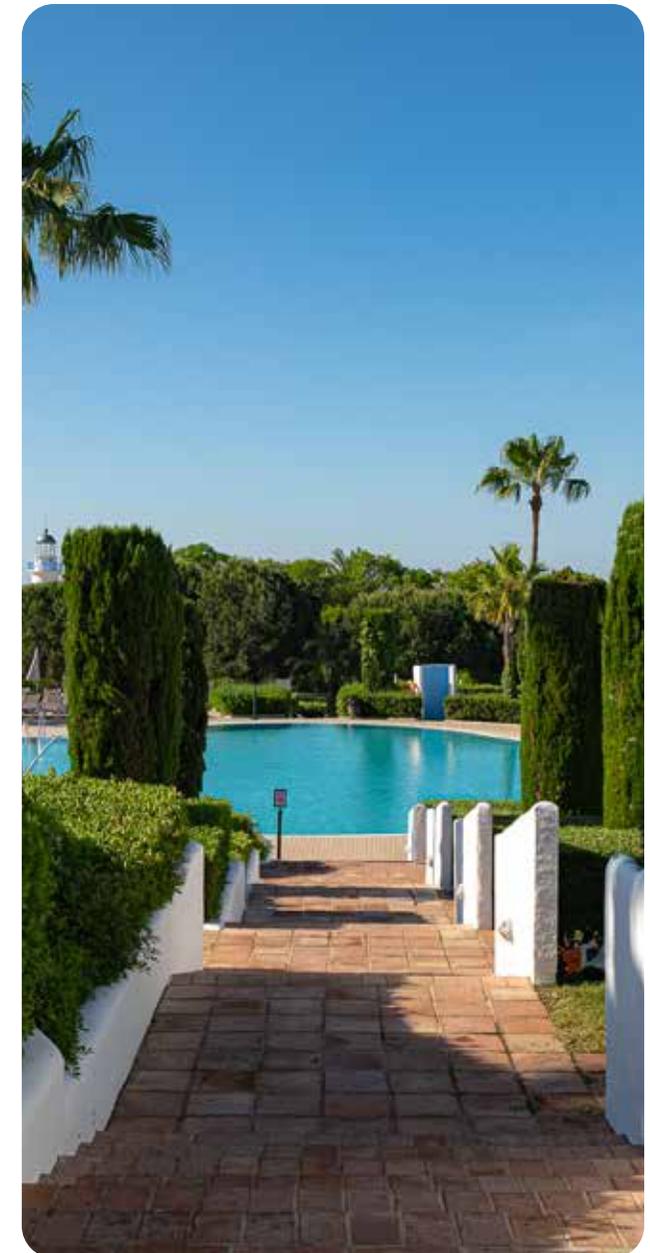
Hotel Fuerte El Rompido

En la siguiente tabla se muestra la evolución descendente de los kg de CO2 equivalentes por cliente de cada hotel y el global del grupo.

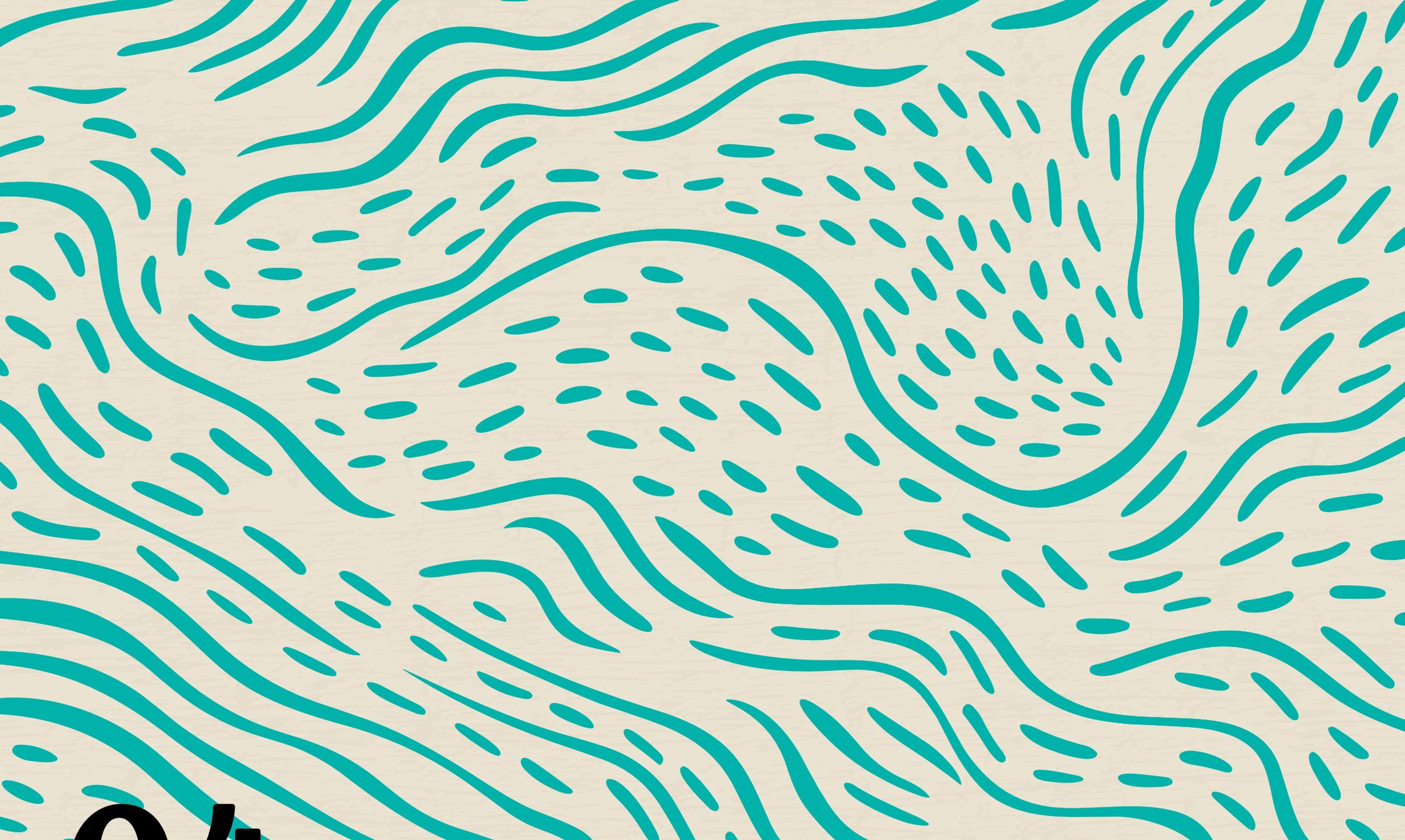


El uso de gases refrigerantes cada vez más eficientes y con menor factor de emisión (menores emisiones fugitivas), la implementación de iluminación LED en zonas en las que aún no estaban instaladas en 2023, la producción de energía renovable fotovoltaica o la sustitución progresiva de maquinaria por equipos cada vez más eficientes son algunos de los factores que nos han ayudado a lograr cumplir objetivos.

\*Cálculos realizados conforme a lo establecido en los artículos 1.4, 6.4 y 6.5 del Real Decreto 214/2025, de 18 de marzo.



Hotel Fuerte El Rompido



**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

La principal novedad de 2024 en lo que respecta al análisis de la calidad de los hoteles de Fuerte Group Hotels ha sido la inclusión, por primera vez, del hotel **Daia Slow Beach Hotel Conil**, que abrió sus puertas en julio de ese año.

A pesar de lo reducido de la muestra, en comparación con la extraída en el resto de hoteles, sus resultados son bastante representativos.

Por otra parte, cabe señalar que en 2024 ya se pudo obtener un número de opiniones suficientes de El Fuerte Marbella, puesto que ese año se mantuvo abierto bastantes más meses que durante el ejercicio anterior. Por lo que las conclusiones son más significativas.

### HUELLA DE CARBONO

CALIDAD	Fuerte Hoteles	Amàre Hotels	El Fuerte Marbella	Daia Conil
Número opiniones analizadas	2.839	2.348	1.062	510
Índice reputación online (GRI)	88,80 %	91,90 %	92,70 %	90,80 %
Índice de Promotores Netos (IPN)	100,00 %	100 %	100,00 %	100,00 %



Tavira Rooftop Bar en Daia Slow Beach Hotel Conil

En relación a la fiabilidad de las cifras obtenidas, ésta es muy elevada ya que 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, puesto que aglutina los comentarios de las encuestas internas y de los que el cliente deja en las OTAS.

A partir de ese exhaustivo análisis, en 2024 la herramienta permitió sacar unas conclusiones que han sido tenidas en cuenta a la hora de planificar las acciones de mejora a implementar en todos los establecimientos en 2025.

Lo más positivo ha sido un claro avance en el **Índice de Promotores Netos (IPN)**, que mide la lealtad del cliente y la probabilidad de que los clientes recomienden una marca o empresa a otras personas. En 2024, éste alcanzó el **100 %** en todas las marcas del grupo hotelero.

En relación al **Índice de Reputación Online (IRO)**, que mide la percepción general de una marca o empresa en internet, basándose en el análisis de menciones, opiniones y contenido generado por usuarios en diversas plataformas online, éste se incrementa en todos los hoteles respecto a las cifras de 2023, salvo en Fuerte Hoteles, que baja ligeramente; y obtiene un excelente 90,80 % en el recién estrenado Daia Slow Beach Hotel Conil.

#### DATOS EXCELENCIA SERVICIO 2024

	Fuerte Hoteles	Amare Hotels	El Fuerte Marbella	Daia Conil
 <b>Limpieza</b>	92,50 %	94,40 %	95,50 %	96,40 %
 <b>Gastronomía</b>	82,40 %	94,00 %	98,10 %	
 <b>Servicio</b>	93,40 %	93,50 %	93,50 %	93,90 %

En un análisis más detallado de áreas concretas de los hoteles como es la limpieza, la gastronomía y el servicio, es reseñable el excelente resultado de las nuevas marcas upper upper upscale de la compañía: El Fuerte Marbella y Daia Conil.

A pesar de dirigirse a un sector de lujo más exigente, las cifras son de sobresaliente, especialmente en la gastronomía de El Fuerte Marbella, que rozó el 100% de satisfacción con un destacable 98,10 %.

En el caso de Amare Hotels también mejoró hasta alcanzar el 94 %, y en Daia Conil no se contabilizó

por no estar disponible el 100 % de su oferta gastronómica. Por su parte, en Fuerte Hoteles, pasó del 85,40 % en 2023 al 82,40 % en 2024, debido a la eliminación de un restaurante gourmet de Fuerte Conil - Resort, que se incorporó al Daia Conil, que se encuentra justo al lado.

Salvo estas indicaciones, los porcentajes de satisfacción se mantienen muy elevados, por encima del 90 %, y cerca del 95 %, en casi todos los establecimientos de la cadena, tanto del segmento upper upscale (4 estrellas) como del upper upper upscale (5 estrellas).

# 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:



El Fuerte Marbella

- 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.

Estos compromisos están firmemente establecidos 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 tampoco se toleran en nuestra cadena de suministro, denunciando cualquier sospecha de incidente.

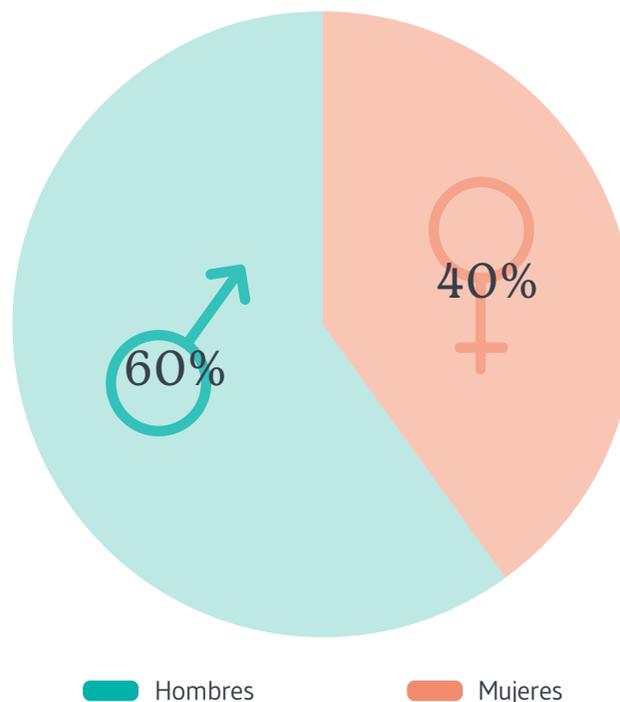
### ANTICORRUPCIÓN

En materia económica, Fuerte Group Hotels cuenta con 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

Gracias a las medidas implementadas en 2024 para cumplir con el ODS 5 relativo a la igualdad de géneros, el pasado ejercicio se logró rectificar la desviación que se había registrado en 2023 en dicho porcentaje, y situó de nuevo la paridad en un 40 % de mujeres frente al 60 % de hombres. Fuerte Group Hotels sigue incentivando la incorporación de más mujeres a los puestos de mando con medidas que buscan, sobre todo, conciliar la vida profesional con la vida personal.

### PUESTOS DE MANDO 2024



Jesús Figueredo, jefe de sector de Amare Marbella



Gema Flores, jefe de sector de Fuerte Conil - Resort



Daia Slow Beach Hotel Conil

## DESEMPEÑO CORPORATIVO

Al cierre de 2024, Fuerte Group Hotels consolidó un importante cambio estratégico con la incorporación de dos establecimientos de categoría upper upper scale: El Fuerte Marbella y Daia Slow Beach Hotel Conil. Esta evolución hacia una gama más exclusiva ha supuesto un impulso significativo tanto para la generación de empleo como para el tejido económico local.

### ELFUERTE MARBELLA

País	% clientes
REINO UNIDO	17,73 %
IRLANDA	9,90 %
ESPAÑA	9,06 %
PAÍSES BAJOS	7,56 %
ALEMANIA	7,52 %
EE.UU	7,38 %
BÉLGICA	5,70 %
FRANCIA	3,74 %
ARABIA SAUDÍ	2,64 %
SUIZA	2,22 %
OTROS	26,55 %

En términos de personal, la plantilla total del grupo —incluyendo hoteles y estructura corporativa— alcanzó los 938 empleados, lo que representa un aumento de 74,4 personas respecto a 2023. Al igual que en el ejercicio anterior, destaca el impacto de El Fuerte Marbella, cuya oferta de servicios premium es especialmente intensiva en mano de obra, así como la apertura de Daia Conil,

### AMÀRE BEACH HOTEL MARBELLA

País	% clientes
REINO UNIDO	23,52 %
IRLANDA	13,84 %
PAÍSES BAJOS	8,82 %
ALEMANIA	7,79 %
BÉLGICA	7,30 %
EE.UU.	5,28 %
ESPAÑA	4,89 %
SUIZA	3,08 %
FRANCIA	2,59 %
CANADÁ	2,01 %
OTROS	20,89 %

que desde su lanzamiento ha requerido una estructura operativa reforzada.

Este reposicionamiento en el segmento de lujo ha favorecido un incremento de tarifas, que a su vez ha tenido un efecto positivo tanto en los ingresos del grupo como en la actividad de los proveedores locales, alineados con los estándares de calidad exigidos por esta nueva tipo-

### AMÀRE BEACH HOTEL IBIZA

País	% clientes
REINO UNIDO	49,52 %
ALEMANIA	6,63 %
IRLANDA	5,37 %
BÉLGICA	5,33 %
PAÍSES BAJOS	4,92 %
FRANCIA	4,18 %
EE.UU.	3,54 %
ESPAÑA	3,36 %
SUIZA	3,12 %
ITALIA	2,90 %
OTROS	11,13 %



**FUERTE**  
EL ROMPIDO

País	% clientes
ESPAÑA	52,53 %
REINO UNIDO	18,29 %
ALEMANIA	17,93 %
PORTUGAL	4,32 %
POLONIA	1,06 %
SIN PAÍS	0,84 %
BÉLGICA	0,77 %
FRANCIA	0,62 %
IRLANDA	0,54 %
PAÍSES BAJOS	0,52 %
OTROS	2,59 %

logía de hoteles. Como resultado, la facturación global de los 7 hoteles y los 2 complejos de apartamentos turísticos ascendió a 96,5 millones de euros, frente a los 80,5 millones registrados en 2023.

En resumen, España se mantiene como primera nacionalidad en los establecimientos de Fuerte Hoteles, mientras que el mercado británico es mayoritario en el



**FUERTE**  
CONIL - RESORT

País	% clientes
ESPAÑA	53,87 %
ALEMANIA	36,60 %
REINO UNIDO	1,84 %
PAÍSES BAJOS	1,67 %
SUIZA	1,23 %
FRANCIA	0,67 %
AUSTRIA	0,56 %
IRLANDA	0,50 %
BÉLGICA	0,46 %
PORTUGAL	0,35 %
OTROS	2,25 %

resto de los hoteles, y el alemán en los complejos de alquiler vacacional.

El positivo comportamiento general del sector turístico en 2024 también se reflejó en la evolución de la actividad del grupo. A lo largo del ejercicio, los establecimientos de Fuerte Group Hotels recibieron un total de 168.207 viajeros procedentes de 205 nacionalidades



**FUERTE**  
GRAZALEMA

País	% clientes
ESPAÑA	67,35 %
ALEMANIA	10,57 %
REINO UNIDO	4,12 %
SIN PAÍS	3,31 %
PAÍSES BAJOS	2,20 %
FRANCIA	1,76 %
SUIZA	1,46 %
BÉLGICA	1,13 %
EE.UU.	1,13 %
IRLANDA	1,00 %
OTROS	5,96 %

diferentes, frente a los 157.000 de 163 países del año anterior. La estancia media en todos los centros se situó en 4,34 días, mientras que las nacionalidades predominantes variaron según la marca (no se incluye Daia, ya que no permaneció abierto toda la temporada).

En resumen, España se mantiene como primera nacionalidad en los establecimientos de Fuerte Hoteles,

mientras que el mercado británico es mayoritario en el resto de los hoteles, y el alemán en los complejos de alquiler vacacional. A nivel nacional, la comunidad autónoma de Madrid sigue siendo la que más ocupaciones genera, excepto en Fuerte Grazalema, donde predominan los gaditanos, y en Amàre Ibiza, donde destacan los visitantes malagueños.



País	% clientes
ALEMANIA	27,31 %
PAÍSES BAJOS	22,13 %
ESPAÑA	18,26 %
BÉLGICA	5,91 %
CANADÁ	4,65 %
REINO UNIDO	4,41 %
FRANCIA	4,21 %
SUECIA	1,76 %
SUIZA	1,42 %
DINAMARCA	1,33 %
OTROS	8,62 %



Olée Holiday Rentals

# 4.3

## Nuestro equipo

### EMPLEADOS

Al cierre de 2024 la plantilla de Forte Group Hotels, incluyendo a todo el personal de los hoteles y del corporativo, siguió aumentando respecto al ejercicio anterior, situándose en un total de **938 empleados**, lo que supuso la contratación de 74,4 personas más que en el ejercicio anterior. Al igual que en 2023, cabe destacar el elevado número de contratos adicionales que generó El Fuerte Marbella, y la apertura de Daia Conil, cuyas respectivas ofertas de servicios para el segmento upper upper upscale es mucho más intensiva en mano de obra.

Equipo	Empleados	El Fuerte Marbella	Amàre Marbella	Amàre Ibiza	Fuerte Conil - Resort/Daia Conil	Fuerte Grazalema	Fuerte El Rompido	Olée Holiday Rentals	Servicios Centrales
2021	550,2	124,4	86,1	97,6	87,5	15,1	46,1	4,4	89
2022	649,2	72,7	126,4	126,6	136,1	19,7	64,3	4,9	98,4
2023	863,6	213,5	132,8	134,2	160,4	22,9	82,9	5,5	111,4
2024	938,0	237,0	135,2	128,8	193,7	22,1	96,3	5,8	119,1

Lo más destacable de ese aumento es que el porcentaje de contratos indefinidos sigue siendo muy elevado, alcanzando en 2024 el **96,9 %** de los mismos, sólo medio punto menos que en 2023.

	Indefinida	Eventual
2021	93 %	7 %
2022	96 %	4 %
2023	97,50 %	2,50 %
2024	96,90 %	4,60 %

El buen comportamiento del sector turístico en todos los destinos donde Forte Group Hotels está presente hace que cada vez sea más difícil contratar personal local, debido a la alta rotación del mismo. Por eso, parte de los nuevos contratos que se realizaron en 2024 fueron de empleados originarios de otras regiones o países, y eso disminuyó el porcentaje de los trabajadores locales de la cadena del 62,7 % en 2023 al 57 % en 2024.

Población del Centro de Trabajo	
2021	66,30 %
2022	50,60 %
2023	62,70 %
2024	57 %

### ESTABILIDAD DE LA PLANTILLA

A pesar de lo comentado anteriormente, el número de empleados que llevan **más de 5 años** trabajando en Forte Group Hotels sigue subiendo año tras año, mostrando la elevada estabilidad de la plantilla de la cadena. Esa fidelidad es especialmente destacable en los servicios centrales del grupo, donde la antigüedad del **69,60 %** de los empleados es superior a un lustro. Algo que también sucede con el **59,40 %** de los trabajadores de Forte Grazalema, y con el **46,50 %** de los de Forte El Rompido, dos de los establecimientos más longevos de la cadena.

### EMPLEADOS TRABAJANDO MÁS DE CINCO AÑOS

	2021	2022	2023	2024
El Forte Marbella	75 %	49 %	30 %	30,90 %
Amàre Marbella	41 %	38 %	37 %	42,90 %
Amàre Ibiza	22 %	19 %	16 %	21,60 %
Forte Conil - Resort/Daia Conil	51 %	55 %	51 %	31,10 %
Forte Grazalema	10 %	69 %	60 %	59,40 %
Forte El Rompido	24 %	52 %	45 %	46,50 %
Servicios Centrales	66 %	71 %	64 %	69,60 %



Javier Mateo, Bartender en Daia Slow Beach Hotel Conil

## CLIMA LABORAL

En algunos casos como el de los servicios centrales, el aumento de la estabilidad está directamente relacionado con la mejora del clima laboral, que pasó de mostrar la satisfacción del 85,7 % del personal en 2023 al **88,50 % en 2024**. En el resto de los hoteles del grupo las encuestas realizadas reflejaron cifras **por encima del 80 %** en todos los casos, siendo destacables los incrementos registrados en los dos establecimientos de la marca Amàre.

En **Amàre Ibiza** uno de los aspectos más valorados por el personal ha sido la concesión de alojamiento a los colaboradores que no residen en la isla. A este respecto, el hotel cuenta con 58 habitaciones con capacidad para 111 personas.

Además, para mejorar su estancia y convivencia, el complejo cuenta con zonas comunes como vestuarios, comedor de personal donde se ofrece desayunos, almuerzos y cenas, una sala de convivencia con TV, entretenimiento y zona de lavandería con lavadoras y secadoras gratuitas para los empleados. Las habitaciones son para uso durante la duración de la relación laboral del empleado con la empresa y no tienen carácter vinculante. La utilización de dichas habitaciones va vinculado a la firma de un anexo al contrato laboral y al debido cumplimiento de unas normas del correcto uso de las instalaciones y buen comportamiento dentro de las mismas.

## ENCUESTA DE CLIMA LABORAL (SATISFACCIÓN)

	2021	2022	2023	2024
<b>El Fuerte Marbella</b>	84,10 %	89,10 %	81,80 %	80,20 %
<b>Fuerte Conil - Resort</b>	75,10 %	80,90 %	85,70 %	85,90 %
<b>Daia Conil</b>				81,10 %
<b>Fuerte Grazalema</b>	90,10 %	90,30 %	92,20 %	90,10 %
<b>Fuerte El Rompido</b>	84,30 %	83,40 %	84 %	82,40 %
<b>Amàre Marbella</b>	81,10 %	84,50 %	81,50 %	85,60 %
<b>Amàre Ibiza</b>	72,30 %	83,40 %	81,90 %	83,80 %
<b>Servicios Centrales</b>	83,80 %	86,40 %	85,70 %	88,50 %



Amàre Beach Hotel Ibiza

### FORMACIÓN

En 2024 la inversión en cursos de formación fue de **164.928,35 euros**, con un incremento en las horas de formación, que pasaron de 20.843 en 2023 a 23.826 en 2024; al igual que el número total de beneficiarios, que en 2023 fue de 1.172 personas y en 2024 de 1.419.

Los hoteles que se beneficiaron de más horas de formación fueron **Daia Conil** y **El Fuerte Marbella**, seguidos de Amàre Marbella.

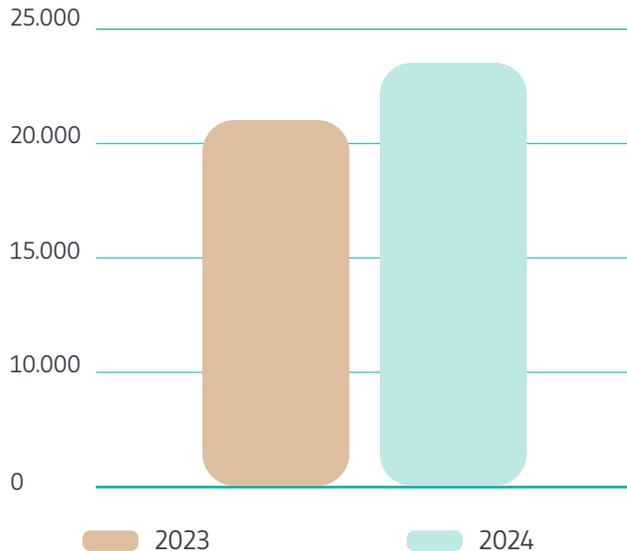
En materia de igualdad, en 2024 se rozó la paridad, siendo el **50,20 %** de los beneficiarios hombres, y el **49,80 %** mujeres.

### TOTAL INVERSIÓN, HORAS Y BENEFICIARIOS POR SEXO

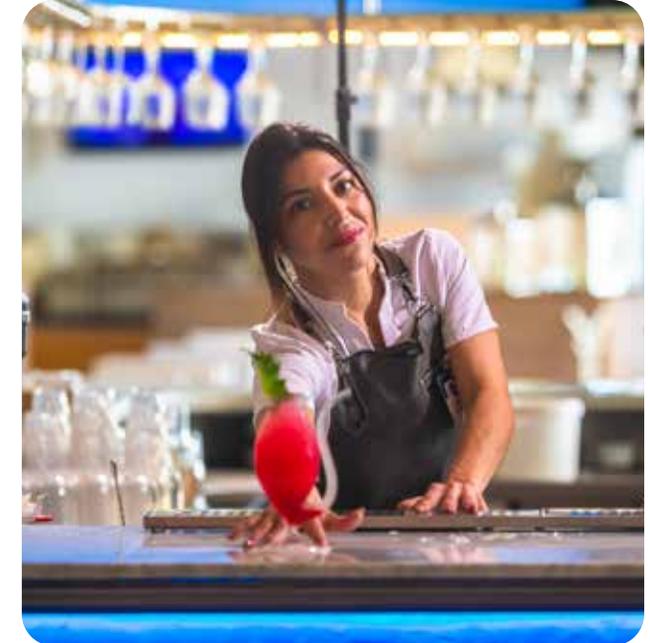
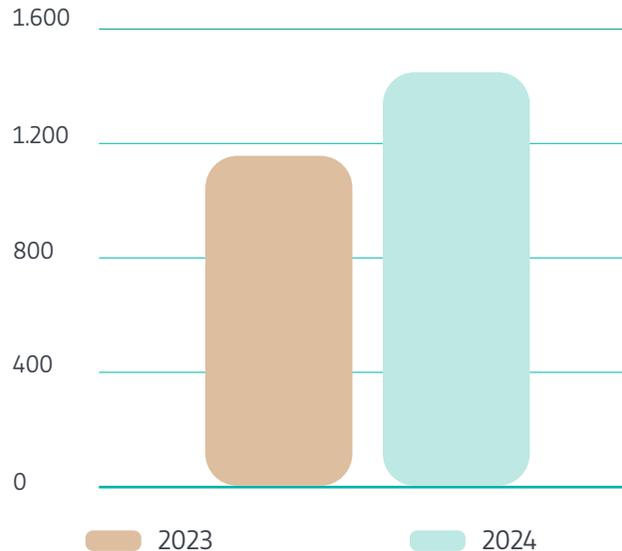
Formación	Inversión	Horas	Hombres	Mujeres	Beneficiarios total
2021	66.658,34	15.073	425	550	975
2022	106.146,16	14.799	315	357	672
2023	167.452,96	20.843	526	646	1.172
2024	164.928,35	23.826	712	707	1.419

50,20 %
49,80 %

### HORAS DE FORMACIÓN



### BENEFICIARIOS



Naira Cuesta, Bartender en Amàre Beach Hotel Marbella

## TOTAL DE HORAS DE FORMACIÓN DISTRIBUIDAS POR CENTRO DE TRABAJO Y NIVEL DE PUESTO

	Puesto	2024	Total
El Fuerte Marbella	Direct/interm	1.331	3.891
	Base	2.559	
Amàre Marbella	Direct/interm	1.699	4.970
	Base	3.270	
Amàre Ibiza	Direct/interm	1.184	2.450
	Base	1.266	
Fuerte Conil - Resort / Daia Conil	Direct/interm	1.599	7.339
	Base	5.740	
Fuerte Grazalema	Direct/interm	54	783
	Base	729	
Fuerte El Rompido	Direct/interm	753	2.955
	Base	2.202	
Servicios Centrales	Direct/interm	224	1.432
	Base	1.208	
Olée Holiday Rentals	Direct/interm	2	8
		6	
<b>TOTAL</b>			<b>23.826</b>



Olée Holiday Rentals

## ALUMNOS EN PRÁCTICAS

En Fuerte Group Hotels se comprende la relevancia que tienen las prácticas, y se trabaja para ofrecer una emocionante experiencia al alumnado, generando una excelente cantera de talento junior para los establecimientos de la cadena.

La compañía desarrolla una importante labor para favorecer la **formación práctica en empresas** de alumnado del sector turístico y el acercamiento al medio profesional y primer empleo de los titulados, a través de los diferentes convenios y programas de colaboración con universidades, escuelas e instituciones, a nivel nacional e internacional.

En 2024 mantuvo acuerdos con un total de **40 escuelas, asociaciones e instituciones**, y ofreció prácticas a **87 alumnos y alumnas**, de los cuales al término de la formación fueron contratados el **21 %**.

Alumnos	En prácticas	Contratados	Centros colabor.
2021	16	6 %	3
2022	66	9 %	32
2023	77	12 %	35
2024	87	21 %	52

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.

Asimismo, se mantuvo colaboración con otros **centros internacionales** y con varias **universidades relevantes a nivel nacional**, entre los que destacan:

- Instituto René Cassin Francia.
- Escuela de Turismo y Tecnología Marina Portugal.
- Lycée Français.
- Centro San Valero.
- Centro Formación Turística Valencia.
- CESAE Escuela de Negocios Madrid.
- Universidad Europea Miguel de Cervantes.
- Universidad de Navarra.
- Universidad de Extremadura.
- Universidad Internacional de La Rioja (UNIR).

## INSERCIÓN DE PERSONAS EN RIESGO DE EXCLUSIÓN SOCIAL

En otro orden de cosas cabe destacar la labor que Fuerte Group Hotels lleva a cabo, a través de la Fundación Fuerte, para apoyar a asociaciones y fundaciones que facilitan 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 2024, 2 hoteles del grupo acogieron a 4 alumnos en riesgo de exclusión social, para formarles durante un periodo, de los cuáles 2 de ellos fueron contratados por el hotel **Amàre Marbella**.



Amàre Beach Hotel Marbella

2024				
Hotel	Alumnos	Contratados	Proyecto	Organismo
Fuerte El Rompido			Aprender trabajando, Plan integración colectivos vulnerables	Secretariado Gitano
Fuerte Conil - Resort	1		Aprender trabajando, Plan integración colectivos vulnerables PLAN DE EMPLEO DE CRUZ ROJA	Cruz Roja Chiclana Cruz Roja Conil
Amàre Ibiza			Fundación Deixalles Ibiza	Fundación Deixalles Ibiza
Amàre Marbella	3	2	ORIENTACIÓN LABORAL E INCLUSIÓN	Bancosol
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		
<b>Contratados</b>		<b>50 %</b>		

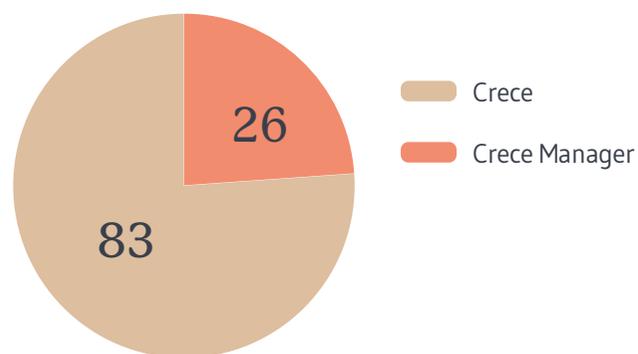
### CRECER, UN PLAN PARA RETENER TALENTO

Para Fuerte Group Hotels, la **promoción interna** es una herramienta mediante la cual selecciona a los/as colaboradores/as con las capacidades y conocimientos necesarios para adquirir nuevas responsabilidades. Una vez identificados/as, se les da la oportunidad de avanzar en su carrera, fomentando e impulsando el desarrollo profesional, ayudando a construir una cultura de confianza y a retener el talento.

Para ello cuenta con el **programa Crece**, que va destinado a dos grupos bien definidos:

#### CRECE

En esta versión se incluye a colaboradores/as clave en la empresa con potencial y/o interesados en mejorar profesionalmente, que participan en programas de desarrollo según los modelos de capacitación definidos para cada puesto.



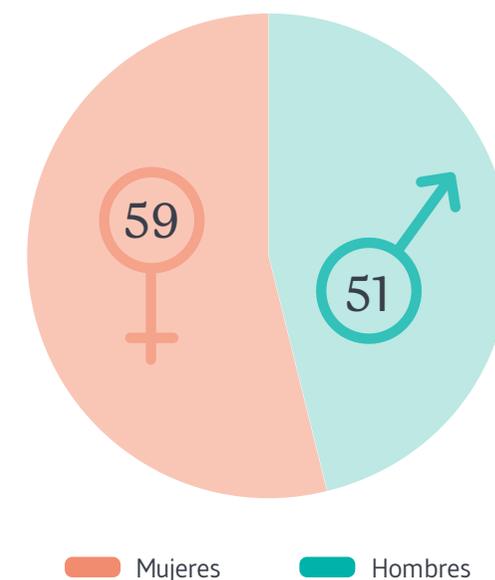
De esas 109 personas, 83 participaron en el programa Crece y 26 en Crece manager.

### CRECE MANAGER

Este programa está destinado a personal base que opta a una posición de **jefe/a o segundo/a**; y también a jefes de departamento que buscan ascender promocionando a posiciones de mayor responsabilidad, especialmente de dirección y subdirección.

Hotel	Nº PAX	DURACIÓN (horas)
Amàre Ibiza	16	410
Amàre Marbella	18	1.625
El Fuerte Marbella	14	986
Fuerte Conil - Resort/Daia Conil	40	1.167
Fuerte El Rompido	19	1.480
Fuerte Grazalema	2	55
<b>Total general</b>	<b>109</b>	<b>5.723</b>

En 2024, un total de **109 personas**, 51 hombres y 59 mujeres, fueron incluidos en el programa, pudiendo participar en **105 cursos externos**, que supusieron un total de **5.723 horas de formación**.



Programa 2024	Amàre Ibiza	Amàre Marbella	El Fuerte Marbella	Fuerte Conil - Resort/Daia Conil	Fuerte El Rompido	Fuerte Grazalema	Total
<b>Hombres</b>	8	10	7	16	9	1	51
<b>Mujeres</b>	8	8	7	24	10	1	58
<b>Total</b>	16	18	14	40	19	2	<b>109</b>

Programa 2024	Amàre Ibiza	Amàre Marbella	El Fuerte Marbella	Fuerte Conil - Resort/Daia Conil	Fuerte El Rompido	Fuerte Grazalesa	Total
Crece Manager	4	4	3	9	5	1	26
Crece	12	14	11	31	14	1	83
<b>Total</b>	16	18	14	40	19	2	<b>109</b>

La ejecución de las dos modalidades del programa Crece supuso un coste de **26.806,22 euros**, de los cuáles el **84 %** fue bonificado por parte de programas estatales de ayuda a la formación y mejora de la calidad del sector. El gasto real ascendió a un total de **4.232,28 euros**.

Coste (Eur)	Amàre Ibiza	Amàre Marbella	El Fuerte Marbella	Fuerte Conil - Resort/Daia Conil	Fuerte El Rompido	Fuerte Grazalesa	Total
	2.563,87	7.601,38	4.644,22	5.490,42	6.356,32	150,00	<b>26.806,22</b>
<b>Importe bonificado</b>							<b>22.573,94</b>
<b>Gasto bonificado</b>							<b>84 %</b>
<b>Gasto real (total - bonificado)</b>							<b>4.232,28</b>

### 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.

### PROMOCIÓN INTERNA

Gracias al programa Crece, del total de 110 puestos clave vacantes en 2024, 52 pudieron ser cubiertos a través de promoción interna, lo que supuso un **Índice de Promoción Interna del 47 %**, muy superior al registrado en 2023, que fue del 32 %.

	2023	2024
<b>Total Puestos Clave Vacantes</b>	113	110
<b>Nº Puestos cubiertos por PI</b>	36	52
<b>Índice de Promoción Interna</b>	32 %	47%
<b>Nº Puestos cubiertos por PC</b>	15	20
<b>% Puestos Cubiertos por PC</b>	13 %	18 %
<b>FG</b>	2	55
<b>Total general</b>	109	5.723

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.

## PLAN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Como suele ser habitual, en 2024 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.

Además, en algunos establecimientos se llevaron a cabo una serie **acciones adicionales** en materia de prevención de riesgos laborales, entre las que cabe destacar las siguientes:



Amàre Beach Hotel Ibiza

- 1 Se realizó el **estudio ergonómico** derivado de las cargas físicas en los departamentos de Sala, Cocina y Pisos de Amàre Marbella; y el del departamento de Pisos de Forte Conil Resort.
- 2 Como iniciativa para la mejora de la salud de los equipos, en 2024 se procedió a la creación de unos **videos de calentamiento**, que se han puesto a disposición de los equipos a través de la intranet de la cadena. Asimismo, algunos hoteles han contratado a personal especializado para ayudar a los distintos departamentos en la implementación de estos calentamientos al inicio de la jornada. También se ha impartido formación específica a los departamentos con más carga de **trabajo físico**, principalmente Pisos, Cocina y Sala.
- 3 El Forte Marbella decidió contemplar una actividad preventiva relacionada con la **evaluación de factores psicosociales** susceptibles de afectar al bienestar y a la salud de su plantilla. Esta iniciativa se desarrollará durante la temporada 2025.



Beach Club de Amàre Beach Hotel Marbella

## PLAN DE BIENESTAR

Después de convertirse en un referente en materia de sostenibilidad y respeto al medioambiente, Forte Group Hotels ha centrado parte de sus esfuerzos en la implementación de mejoras a nivel laboral, con el fin de avanzar en sus **políticas de conciliación de la vida personal, familiar y laboral** de todos sus empleados y empleadas.

Dentro de este marco, en junio de 2024 la Fundación **Másfamilia** concedió la **Certificación efr** a Forte Group Hotels. Esta acreditación responde a un modelo internacional de gestión de la conciliación que, formando parte de la RSE y la Gestión de la Excelencia, se ocupa de avanzar y dar respuestas en materia de responsabilidad y respeto a la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

Para alcanzar la excelencia en esta materia, Forte Group Hotels cuenta con un **Plan de Bienestar**, que en 2024 ofreció ayudas a sus empleados por un importe total de **71.655,40 euros**, una cifra que casi duplica la de 2023, que fue de 36.427,46 euros. Cabe destacar que casi la mitad de esa cuantía, 33.401,28 euros, fueron destinados a ayudas para pagar los gastos de guardería, y 23.374,12 euros fueron a parar al gasto de gimnasio, un concepto relativo a la salud que no existía en años anteriores. El gasto en libros escolares ha sido un poco inferior al de 2023, con un total de 14.880 euros.



De izquierda a derecha, Cristina Álvarez (miembro 3ª generación), Mayte Fernández (responsable certificación efr), María Ceballos (directora Recursos Humanos), José Luque García (director general Forte Group Hotels), Rafael Fuertes (director general Másfamilia), doña Isabel García (presidenta honorífica Forte Group Hotels) y Victoria Luque (consejera)

	2021	2022	2023	2024
<b>Guardería</b>	8.443,77	18.607,33	12.941,46	33.401,28
<b>Gimnasio</b>	-	-	-	23.374,12
<b>Libros escolares</b>	-	6.628,96	15.360,00	14.880,00
<b>Matrimonio</b>	-	782,00	8.126,00	-
<b>Total ayudas</b>	8.443,77	26.018,29	36.427,46	71.655,40
<b>Anticipos y préstamos</b>	30.738,73	130.519,69	115.867,76	426.019,00
<b>Total general</b>	<b>109</b>	<b>5.723</b>		

Además de las ayudas comentadas, en 2024 se incorporaron nuevas mejoras como las destinadas a colaboradores/as con hijos discapacitados, que no existían en años anteriores; y también el uso de la app **"Paylow"**, que ha facilitado el acceso de los empleados a una mayor cuantía en concepto de anticipos. Esto ha hecho que este concepto haya registrado un importante aumento, pasando de 36.217,76 euros en 2023, a **275.619 euros** en 2024.

	2023	2024
<b>Total anticipos y préstamos</b>	115.867,76	426.019,00
<b>Anticipos</b>	36.217,76	275.619,00
<b>Préstamos</b>	79.650,00	150.400,00
<b>Matrimonio</b>	-	782,00
<b>Total ayudas</b>	8.443,77	26.018,29

Por otra parte, el **Plan Bienestar** ha creado incentivos no remunerados que han sido muy valorados por los empleados de la cadena, como los premios al **Mejor colaborador/a, a la Innovación y La voz del Cliente**, que pone en valor la opinión que los clientes tienen del personal, premiando su buen hacer.

Por último, en 2024 Fuerte Group Hotels realizó una encuesta a toda la plantilla con el objetivo de valorar el grado de satisfacción de todas las medidas incluidas en el Plan Bienestar, así como valorar nuevas propuestas o mejoras para 2025 teniendo en cuenta las necesidades reales de las personas.

Su análisis ha permitido contemplar nuevas iniciativas que están siendo implementadas a través del Plan Bienestar 2025.



Hotel Fuerte Grazaalema

## 4.4

### Promover lo auténtico



Desayuno Maam con productos de proveedores locales en Daia Slow Beach Hotel Conil

La gestión sostenible implantada en los establecimientos Fuerte Group Hotels desde hace más de 25 años ha otorgado siempre un papel relevante a los **proveedores locales**. El motivo es aprovechar la capacidad de generar riqueza que conlleva la actividad turística para incentivar el desarrollo social y económico de las comunidades donde éstos se ubican.

Por eso, siempre que se puede, los hoteles priorizan trabajar con empresas de la zona. Los principales requisitos son los relativos a la **calidad de los productos**, y a su compromiso con las políticas sostenibles y de respeto al medioambiente y a los ODS. Como ya se ha detallado en el apartado de compras responsables, nos enorgullece centralizar un gran porcentaje de nuestras compras en proveedores locales.

A este respecto, cabe destacar, como se ha comentado en otras secciones de esta memoria, el esfuerzo realizado por la nueva marca **Daia Slow Beach Hotel Conil** para impulsar la actividad económica de las compañías locales, especialmente las agroalimentarias.

Y es que ese vínculo es imprescindible para garantizar la gastronomía de cercanía y de kilómetro 0 que forma parte del ADN de la propia identidad de marca.

# 4.5

## Fundación Fuerte

Fundación Fuerte es una **entidad sin ánimo de lucro** con sede en Marbella, cuyo fin es canalizar las actividades solidarias de Grupo El Fuerte hacia la ayuda a **personas en riesgo de exclusión social**, la organización de eventos culturales y la realización de campañas de concienciación ambiental.

Éstas son algunas de las iniciativas más destacadas:

### ÁMBITO CULTURAL

**1. Asociación Marbella Activa:** entrega de premios del XI Concurso de Relatos.

**2. Hermandad Nuestro Padre Jesús Cautivo, María Santísima de la Encarnación, Santa Marta, San Lázaro y María:** transmisión de las tradiciones y culturas de la Semana Santa a los niños de los CIS de la Patera y el Ángel.

**3. Fundación Fuerte.** Conferencia celebrada en el Hotel El Fuerte Marbella. Un encuentro en el que la conocida periodista Amparo de la Gama entrevistó a Doña Isabel y a su hija Isabel Luque García, sobre los aspectos más desconocidos de la historia viva de El Fuerte Marbella.

**4. Fundación Fuerte:** organización, junto a la galeista Marifé Nuñez, de cuatro exposiciones de arte y una visita guiada en el Hotel El Fuerte Marbella.

**5. Asociación Amigos Órgano del Sol Mayor:** programación de conciertos en la Parroquia de Ntra. Sra. de la Encarnación y mantenimiento del órgano del Sol Mayor, que se encuentra ubicado en ella.

**6. Cofradía de Nuestro Padre Jesús de la Misericordia a su Entrada en Jerusalén y María Santísima de la Paz y Esperanza de Marbella.** Organización del concierto Banda Música Cruz Roja Sevilla 25 Aniversario de Nuestro Padre Jesús de la Misericordia a su entrada en Jerusalén.

### ÁMBITO EDUCATIVO

**1. Caritas Diocesana de Ibiza:** apoyo a un centro socio educativo. "Betania, un barrio de colores".

**2. Fundación Ciudad de la Alegría:** programa educativo destinado a ayudar a las niñas y los niños de escasos recursos de la zona norte de Benito Juárez (México) a seguir con sus estudios. Concesión de becas a estudiantes del Colegio Mano Amiga.

**3. Universidad Católica del Este (República Dominicana):** concesión de becas a estudiantes de la zona de Miches para cursar estudios superiores en dicho centro universitario.

**4. Fundación Tropicalia (República Dominicana):** Mejora las instalaciones y el entorno educativo de la "Escuela Primaria Los Cuatro Caminos" (Miches).



Escuela Primaria Los Cuatro Caminos

## ÁMBITO SOCIAL

**1. Fundación Centro Español de Solidaridad de Málaga (CESMA):** programa de prevención de consumo de drogas en adolescentes y jóvenes “Juego de llaves”, que se implementa en escolares de 6 a 16 años. Se centra en la gestión emocional, estrategias cognitivas, interacción social, ocio saludable, educación para la salud y valores.

**2. Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** piso de apoyo al tratamiento.

**3. Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** cena aniversario.

**4. Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** 6 rastrillos benéficos.

**5. ONG Construye Mundo:** refuerzo de los medios técnicos para el apoyo al grupo de mujeres de la unidad de transformación de productos agrícolas de la aldea de Guía en la Región de Podor (Senegal).

**6. Asilo de ancianos Hermanitas de los pobres de Ronda:** ayuda para pagar alguna factura de luz y así cubrir las necesidades básicas del centro.

**7. Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** programa de prevención universal en el aula PIVESCHOOL, 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 Costal de Sol Occidental.

**8. Casa hogar Luis Amigo:** servicios integrales diarios, becas, aprendizaje multisensorial y campañas de apoyo a niños y adolescentes necesitados de Filipinas.

**9. Acuerdo de colaboración entre la empresa We Resolve, Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella y la Fundación Fuerte:** coordinación y ejecución del acuerdo de prestación gratuita de servicios de mantenimiento (hasta un máximo de 1.500 euros) suscrito con la empresa We Resolve.

**10. Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** Ayuda de la Fundación Fuerte en cuanto el desayuno y almuerzo para la reunión de los directores de los distintos centros y programas de Proyecto Hombre de la provincia de Málaga que ha tenido en Marbella.

**11. Asociación Horizonte Proyecto Hombre Cádiz:** actividades preventivas dentro del ámbito escolar, familiar y laboral organizadas por la Fundación C.E.S. Jerez, dentro del programa “Creciendo fuerte”.

**12. Entrega de bonos de estancias en hoteles** a entidades colaboradoras (Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella, Fundación Harena, Fundación Soñar Despierto, Overlap, Piel de Mariposa, Cudeca, Hermandad Santa Marta, Santa Clara Golf Marbella, AVOI, Asociación Benéfica Luna Nueva y Colegio Monseñor Rodrigo Bocanegra.) para las actividades que realizan con el fin de recaudar fondos.

**13. Club Deportivo Baloncesto Grazalema:** proyecto que impulsa la práctica de este deporte entre los niños y niñas de la zona, con el objetivo de que aprendan a asumir tareas de responsabilidad y a desarrollar actitudes de respeto.

**14. VIFAC (vida y familia de Quintana Roo, México):** apoyo a una casa hogar para mujeres embarazadas vulnerables.

**15. Compassionate Sisters of the Poor. Hogar de Niños y Centro de Apostolado Rey de la Misericordia de Montego Bay (Jamaica):** ayuda para la construcción de un centro de atención residencial profesional debidamente equipada, un orfanato para niños con necesidades especiales y un componente más pequeño para mujeres ancianas.

**16. Amigos de Jesús:** gastos operativos de un hogar infantil y una escuela bilingüe en la zona rural de Honduras. Brindan un refugio seguro para niños y adolescentes vulnerables y ayudan a los jóvenes adultos en su camino hacia una independencia productiva.

**17. Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** diseño de carteles y vídeos publicitarios necesarios para promocionar eventos organizados conjuntamente con Fundación Fuerte.

**18. Fundación Solidaria Luna Nueva:** desarrollo de un proyecto sanitario llevado a cabo en la comarca de Linguere (Senegal).

## ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL

**1. Saving Our Sharks Foundation (México):** capacitación para una transición exitosa de una cooperativa de pesca de tiburones a tener sus propios negocios de ecoturismo de tiburones.

## PROYECTOS EMERGENTES

**Alcer:** colaboración con la Asociación para la Lucha Contra las Enfermedades Renales.

**Hogar de ancianos de Miches (República Dominicana):** almuerzo Navideño para ancianos.

**Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** almuerzo en el Hotel El Fuerte Marbella para miembros del voluntariado.

**Amigos de Jesús:** donación para el evento "Obtoberfest" organizado por Amigos de Jesús en Donegal Farm, Berwynn (Pensilvania - Estados Unidos).

**Attendis Talks Málaga – Proemasa:** donación para el evento "Construyendo un futuro ilusionante" celebrado en el Auditorio de Torremolinos, con la participación del experto en motivación Luis Galindo.

**Cáritas Diocesana de Málaga:** donación para los afectados por la DANA sufrida en la provincia de Málaga.

**Cáritas Diocesana de Valencia:** donación para los afectados por la DANA sufrida en la Comunidad Valenciana.

**Ayuntamiento de Grazalema:** patrocinio del segundo premio del concurso de pintura al aire libre organizado por el consistorio.

**Fundación Trilema:** donación para los afectados por la DANA sufrida en la Comunidad Valenciana.

**Gavi Alliance – Caixabank:** donación destinada a la vacunación infantil en todo el mundo.

**Proyecto Hogar Infantil Corazón de Jesús de Santo Domingo (República Dominicana):** donación para la instalación de 43 lámparas con sus interruptores individuales.

**Reunión CESMA:** cesión de espacio para la reunión mantenida en el Hotel El Fuerte Marbella por parte de los miembros de la Junta Directiva de Proyecto Hombre Málaga.

**Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella:** organización del Torneo de golf a beneficio de Asociación Horizonte Proyecto Hombre Marbella celebrado en el Club de Golf Aloha, cuya recaudación se ha destinado a la ONG.



ALCER Málaga



Hotel Fuerte Conil - Resort

# Carta del Director General



A lo largo de esta memoria hemos destacado cómo 2024 marcará el futuro de Forte Group Hotels, por la nueva senda de crecimiento que el Consejo de Administración ha decidido emprender a través de dos de nuestras marcas diferenciadas: Amàre Hotels y la recién creada Daia Slow Beach Hotels.

En el caso de esta última, su trascendencia es mucho mayor, ya que también constituye toda una declaración de intenciones sobre lo que queremos hacer en el futuro: reducir al máximo el impacto que genera la actividad turística de nuestros hoteles en el medio ambiente.

Daia Conil ha sido un hotel que ha sido concebido y ejecutado al 100% en clave sostenible. Desde la elección de los materiales, hasta el diseño de las zonas y la instalación de los sistemas de agua y electricidad, todo ha sido pensado con un único propósito: garantizar que su futura gestión genere un impacto lo más neutro posible sobre su entorno.

Pero más allá de la sostenibilidad constructiva y operativa, Daia Slow Beach Conil representa un concepto más amplio, que se basa en un estilo de vida pausado, consciente

y con un fuerte compromiso con el productor local.

En este sentido, Daia Conil apuesta por una cocina mediterránea, sana, orgánica y saludable, que es elaborada gracias a los productos kilómetro cero que los más de 25 proveedores locales con los que el hotel colabora estrechamente le proporcionan. Un hecho que no sólo refuerza la economía de la zona, sino que también reduce la huella de carbono asociada al transporte de alimentos.

A los que nos conocen esta aseveración no les resultará extraña, ya que ése ha sido nuestro objetivo prioritario durante los últimos 25 años. Pero lo cierto es que nuestro compromiso nunca había sido tan férreo y comprometido como en este 2024.

En primer lugar, porque confirma que ésa va a ser la tónica de todos los establecimientos que incorporemos a la cadena en el futuro. Sus respectivos diseños tendrán en cuenta la sostenibilidad desde el principio, no como sucedía antes, cuando las mejoras se incorporaban, a posteriori, con el hotel ya construido.

Ese hecho acelerará, sin duda alguna, nuestros avances reducir nuestras emisiones. Y ahí entra otro de los elementos por los que 2024 ha sido un año especial. Y es que ha sido la primera vez en la que hemos puesto una cifra a la disminución de la huella de carbono de toda nuestra cadena. Y el reto, que anunciamos en 2023, ha sido arriesgado: disminuir un 1% a lo largo de todo el ejercicio.

Si han leído detenidamente el informe medioambiental que acompaña a esta memoria habrán visto que este ambicioso objetivo se ha logrado, y desde Forte Group Hotels queremos agradecer muy sinceramente a todos los equipos de hombres y mujeres que han participado en este hito.

Conseguir ser sostenible implica grandes inversiones de dinero, pero también muchos esfuerzos a nivel humano. Pero gracias a la labor realizada durante muchos años, nuestro equipo es el primero que está obsesionado por cuidar el entorno en el que ejercen su profesión, que en muchos casos coincide con el lugar donde nacieron.

Animados por este sincero apoyo, y por los resultados que muestran las acciones que hemos ido implementado en los últimos años, les anuncio un nuevo desafío. El momento en el que Forte Group Hotels logrará las emisiones cero de todos los establecimientos que lo integran.

Una proeza que va a requerir maximizar nuestra dedicación; realizar continuas inversiones, como las llevadas a cabo en 2024 al incorporar 619 nuevas placas solares en Forte Conil Resort y Forte El Rompido, que permitirán generar una producción anual equivalente a 570.986 kWh; y proseguir con las campañas de concienciación que cada año llevamos a cabo entre nuestros empleados, nuestros colaboradores y, especialmente, nuestros clientes.

Sin su participación, nada de esto habría sido posible. Así que finalizo esta memoria mostrando nuestro más sincero agradecimiento hacia todos ellos.

Muchas gracias.

Don José Luque García  
Director general de Forte Group Hotels

# Anexo. Indicadores GRI y SASB

102 Contenidos generales GRI/ SASB		Localización	Comentario
<b>Gobernanza</b>			
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	
<b>Participación de grupos de interés</b>			
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	
<b>Prácticas para la elaboración de informes</b>			
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	
<b>103 Enfoque de gestión</b>		<b>Localización</b>	<b>Comentario</b>
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	
<b>200 Económico</b>			
<b>201 Desempeño económico</b>		<b>Localización</b>	<b>Comentario</b>
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	
<b>300 Ambiental</b>			
<b>301 Materiales</b>		<b>Localización</b>	<b>Comentario</b>
301-2	Insumos reciclados	4.2. Residuos y circularidad	
<b>302 Energía</b>		<b>Localización</b>	<b>Comentario</b>
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: <a href="https://www.fuertehoteles.com/corporate/turismo-responsable/">https://www.fuertehoteles.com/corporate/turismo-responsable/</a>
SV-HL-160a.1	Número de instalaciones de alojamiento ubicadas en o cerca de zonas de estado de conservación protegido o del hábitat de especies en peligro de extinción	2.5. 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	
<b>412</b>	<b>Evaluación de derechos humanos</b>	<b>Localización</b>	
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	
<b>413</b>	<b>Comunidades sociales</b>	<b>Localización</b>	
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	5.5. Fundación Fuerte	

# INFORME ANUAL 2024

**FUERTE**  
**GRÔUP**  
HOTELS