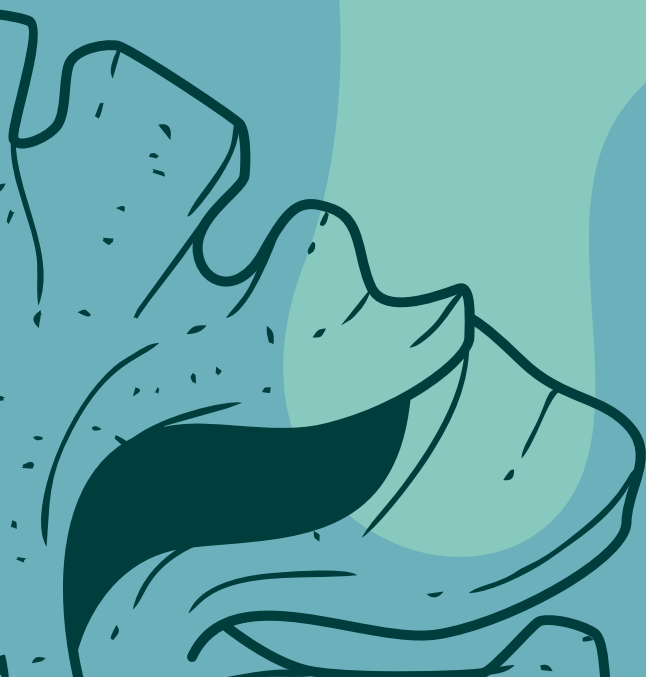




Peñarroya

Memoria de sostenibilidad 2019





índice

01

Introducción

02

Mensaje De La Presidenta

03

Gobierno Corporativo

04

¿Quiénes Somos?

05

Compromiso con nuestros grupos de
interés

06

Dimensión Económica

07

Dimensión Social

08

Dimensión Medioambiental

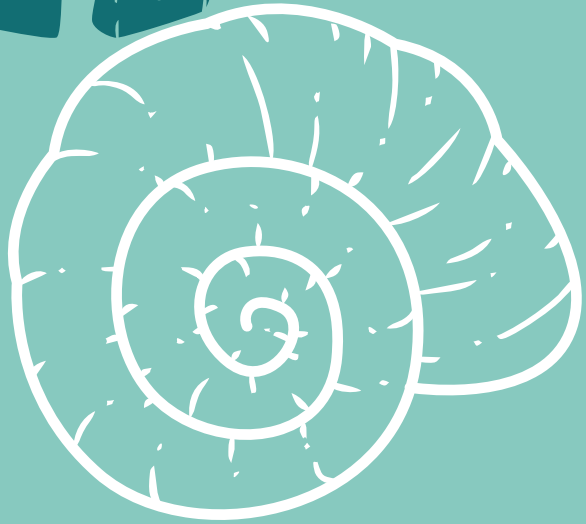
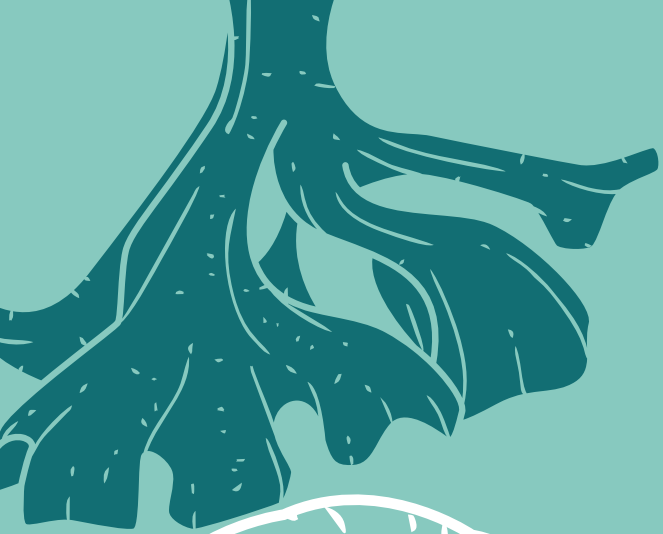
09

Premios y Reconocimientos

10

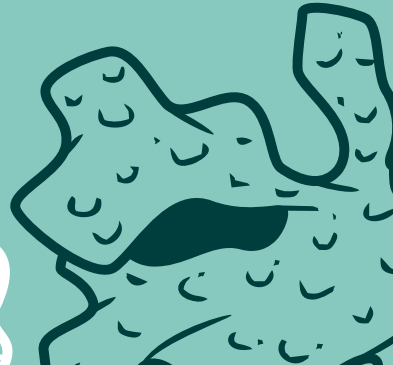
Informe





01

Introducción



01

Introducción

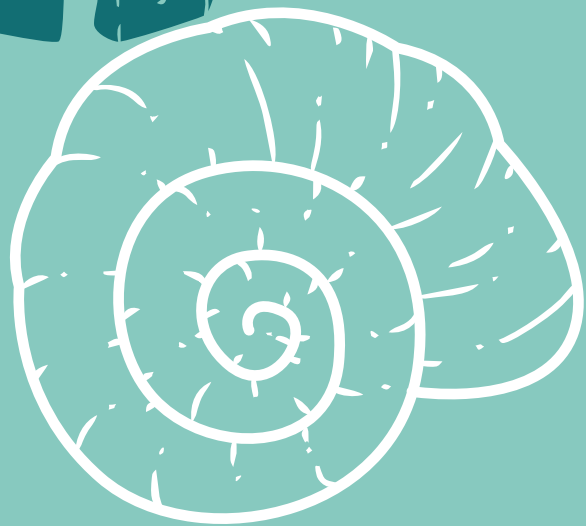
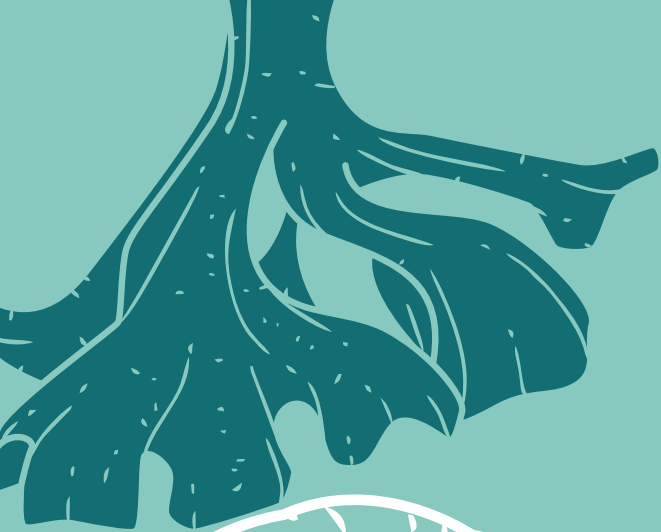
Según la Organización Mundial del Turismo en 2019 en el mundo, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron la cifra de 1.500 millones, lo que supone un incremento del 4% con respecto al año anterior, claramente por encima del crecimiento del 2,9% de la economía mundial. En 2019 las llegadas internacionales crecieron en todas las regiones. Sin embargo, la incertidumbre en torno al Brexit, el colapso de Thomas Cook, las tensiones geopolíticas y sociales y la ralentización de la economía global hicieron que el crecimiento fuera más lento en comparación con las excepcionales tasas de crecimiento de 2017 y 2018.

En este contexto europeo, España se ha consolidado como la potencia turística mundial junto a Francia y Estados Unidos, logrando batir su récord superando los 83 millones de turistas extranjeros, con un aumento del 1% del número de llegadas internacionales.

A pesar de este escenario de moderado crecimiento, en 2019 el sector turístico ha mantenido su capacidad de generación de empleo, creando cerca de 65 mil puestos de trabajo en España, lo que representa un crecimiento del 3,5%, representando 1,2 puntos por encima del resto de sectores.

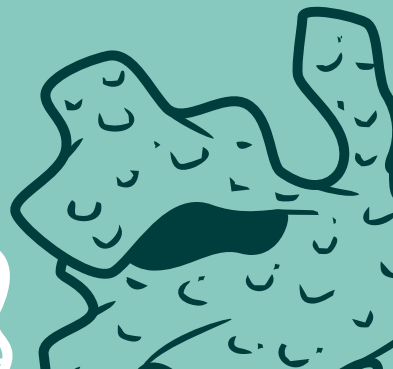
Sin embargo, las previsiones favorables de la actividad turística vienen acompañadas de una importante y necesaria transformación del modelo turístico actual ante los retos globales que marcarán el rumbo del sector en busca de un modelo rentable, responsable y sostenible.





02

Mensaje de la presidenta





02

Mensaje de la Presidenta

Hemos cerrado el 2019 con resultados contradictorios. No cabe duda, de que es una buena noticia el dato que nos ofrece el INE con un incremento de visitantes de un 1,1% respecto a 2018 (nos han visitado casi 84 millones de personas), sobre todo con un incremento del gasto del 2,8%. Ese es, evidentemente el camino, aunque todavía estrecho. La contradicción, o mejor dicho, el miedo, viene, al observar el dato de diciembre en el que notamos una caída del 0,9% en el número de visitantes con respecto a diciembre de 2018, siendo especialmente alarmante, la bajada de nuestros principales mercados—Gran Bretaña y Alemania— que caen en el último mes del año por encima del 7%. Habría que preguntarse si nos encontramos ante una anécdota o ante un cambio de tendencia.

Todavía podemos decir, que la actividad turística crece por encima del PIB, pero se ha reducido casi a la nada. Las incertidumbres que comentábamos en 2019, no sólo no se han resuelto, sino que nos han surgido otras.

El Brexit, se ha formalizado hace unos días y la incertidumbre ahora, está en ver cómo va a hacerse

efectivo. Los representantes políticos, tienen un año para resolverlo mediante el tratado correspondiente; pero el otro día me quedaba de piedra, cuando leía que los tratados de adhesión se resuelven en más de 7 años.

Además del Brexit, nos ha venido a complicar un virus procedente de China, el coronavirus. Puede quedarse en anécdota, ojalá, pero no podemos obviarlo. Si no, que se lo digan a los barceloneses y su World Mobile Congress. Importante toque de atención para todos, no sólo para ellos. Nadie está a salvo.

Todavía podemos decir, que la actividad turística crece por encima del PIB, pero se ha reducido casi a la nada. El estancamiento económico de nuestro entorno, es una realidad y no hay expectativas de cambio de tendencia en el corto plazo.

Nuestros costes operativos, que son los que más desventaja nos producen para competir con determinados mercados, donde los gastos de personal son tan importantes, se ven castigados de manera significativa con la subida del Salario Mínimo Interprofesional sobre todo.

Otro pequeño terremoto sufrido, ha sido la quiebra de THOMAS COOK. Si siempre es desgraciada una quiebra, lo son también los efectos que producen a su alrededor. La caída de Thomas Cook, no ha afectado a todo el mundo por igual y los clientes serán absorbidos por sus competidores una vez superado el cataclismo inicial. La consecuencia es, principalmente, la concentración de poder por parte de los otros operadores del mercado. Algo que también discutieron y concluyeron nuestros expertos en 2019, como una premonición de lo que estaba por venir: del cambio en la estructura de propiedad de los operadores turísticos y de los efectos que podría tener en el sector.

A pesar de todas estas incertidumbres, este sector sigue siendo atractivo y no sabemos dónde podemos encontrar el techo. En el mes de mayo de 2019 se publicaba, que Benidorm tenía previsto incrementar su planta hotelera en unas 28.000 camas, con la presencia en forma de inversores de los grandes monstruos del turismo internacional y advertía, de si no estábamos asistiendo a un exceso de euforia.

¿Qué nos vamos a encontrar en el corto y medio plazo y como afectarán las incertidumbres que he comentado además de las existentes.? Creo que el comportamiento del consumidor está cambiando. Nos encontramos con un turista mucho más concienciado con el medio ambiente y amante y usuario de la tecnología, que va a huir de destinos muy masificados, para encontrar zonas respetuosas con el entorno. Esto beneficiará a destinos menos conocidos y a productos que tengan muy en cuenta el respeto al medio ambiente. El uso de la tecnología, nos obliga a anticiparnos y a dar un paso adelante en los productos que ofrecemos.

El manejo de las redes sociales e internet, nos lleva tiempo avisando de la realidad que viene. Si no estás en internet, no existes. Si no te comunicas por las RRSS, no te conocen... y además se abre una autopista más que un nuevo canal de ventas. ¿Por qué no utilizar las tecnologías de realidad virtual para

comunicarnos con un cierto segmento?. Pero es que además, se presentan oportunidades en los medios de pago. Aunque no debemos confundir la tecnología con la ausencia de calor humano y de la vivencia de la experiencia. El reto está en saber conjugarlo todo.

De la mano de la ecología, nos encontraremos también un turista que quiere viajar con sus mascotas, un turista que valorará las experiencias por encima de lo tangible. No le bastará con visitar un museo que puede conocer a la perfección en su Tablet, tenemos que ofrecerle una experiencia. Tenemos que conseguir personalizar hasta el infinito, el servicio ofrecido.

La personalización del servicio, es una de las maneras de afrontar la realidad de los alquileres turísticos. Vinieron para quedarse, crecieron de manera exponencial, obligaron a administraciones y operadores turísticos a ponerse las pilas para mitigar los problemas que también causaban y se están autorregulando con las propias fuerzas del mercado. Hace tiempo que venimos demandando igualdad de reglas para todos los operadores turísticos. No estamos en contra del avance ni del progreso, sería un suicidio, pero no es de justicia competir en desigualdad. Hace unos días se publicaba la más que duplicación del número de camas de la Costa del Sol desde 2016. Posiblemente, sea más afloramiento de camas existentes, que nuevas camas en sí. Pero ahí está el dato publicado. Hay más alojamiento turístico en viviendas que en hoteles.

Comparto lo comentado en Hosteltur en cuanto a que se van a desarrollar dos tipos de tendencias en los hábitos del viajero; la creciente población jubilada dispondrá de más tiempo y los jóvenes querrán vivir las experiencias en periodos breves. Estos dos grupos de población estarán afectados por dificultades financieras y dudas sobre los ingresos futuros.

Se habla mucho de gastronomía y es un activo fundamental para nuestro destino España, pero no será

igual de determinante según los mercados objetivos a los que nos dirijamos. En cualquier caso, será siempre un gran activo.

Este nuevo perfil del consumidor lo separa del concepto de fidelidad del pasado. Tenemos que seguir trabajando la fidelidad, pero de una forma diferente. El menor de los fallos no desembocará en la pérdida de un cliente, sino que puede desembocar, en un problema reputacional de resultados impredecibles.

Allá por el año 2007, cuando era ministro de turismo Joan Clos, se aprobó un Plan de Turismo gestionado por Turespaña con el horizonte en 2020. Recuerdo que uno de los objetivos era que España se convirtiera en el cuarto destino mundial. La OMT en su informe de 2019, concluía que España se había convertido en el segundo destino más visitado del mundo tras Francia y por delante de EEUU, China e Italia. Algo habremos hecho bien para superar tan holgadamente los objetivos planteados hace tantos años.

Un tema que se nos ha puesto, desgraciadamente, de moda es el de las tasas turísticas. Se habla demasiado de ellas y creo que con demasiada alegría. Si bien es cierto que son más del centenar las ciudades europeas que la tienen instaurada, no es menos cierto que las realidades son diferentes. En España, donde la competencia para su implementación es de las CCAA (comunidades autónomas), hay experiencias en Cataluña y Baleares y no son demasiado positivas. Se dice que ninguna ciudad con la tasa ha perdido visitantes. Pero es que no somos iguales. Hay riesgos en su implantación, que no se pueden obviar. Con nuestros problemas de competitividad en costes con otros mercados, el incrementarlos vía tasas, puede afectar a la calidad del servicio prestado si no podemos repercutir los costes. Sin entrar en el tema

jurídico, que la hace bastante frágil desde mi punto de vista, sí querría entrar en el tema económico y social. Los municipios españoles tienen naturaleza diferente, incluso los de las zonas turísticas. No se debe hacer a un sector responsable de la carga turística (en nuestro caso al hotelero que es el más fácil de cargar) obviando que son muchos otros los que se ven beneficiados: bares y restaurantes, comercios, espectáculos... ¿Qué pasará con los visitantes de día? ¿Vamos a poner tornos como se están planteando en Venecia? ¿O sólo pagarán los que utilizan los hoteles que son los que a su vez más impuestos pagan?

Una tasa, por definición, tiene que tener como precio máximo el coste del servicio prestado. ¿Cómo valorarían el servicio?. Por cierto, ¿cómo se definiría el servicio y sobre quién revertiría lo recaudado?

Entiendo que la administración pública debe simplificar y no complicar. Su primera obligación, es atender las infraestructuras necesarias para el crecimiento en el número de visitantes. Todo el mundo habla de la gentrificación, pero nadie de cómo se puede mitigar. Y el tren litoral o el saneamiento integral siguen en el baúl de los sueños... Ya tratamos y analizamos como riesgo importante la inseguridad jurídica que suponen las administraciones públicas en general y los ayuntamientos en particular. Y nos conformaríamos, para empezar, con muy poco. Quizás con que nos resolvieran los expedientes con celeridad, tendríamos un magnífico apoyo.

Seguro que alguno comparte conmigo muchas de las preguntas que me hago. Lo que está claro, es que somos un colectivo responsable y no nos conformamos con seguir adelante. Lo queremos hacer con paso firme y decidido. Es mucha la responsabilidad

que tenemos. Muchas las familias que viven de la principal industria de este que, como se demuestra una vez más, está en manos de gente muy seria.

Desde nuestra empresa también hemos estado realizando diferentes cambios para irnos adaptando a las circunstancias del turismo y del devenir de la forma de trabajar y de las necesidades de nuestros clientes.

En todo lo relacionado con nuestra Area de Personas, me gustaría destacar como novedades relevantes este año 2019 , que el departamento de Recursos Humanos: Se ha redefinido y ha pasado a llamarse, departamento de "Personas y Valores". Hemos creado nuevos espacios de trabajo, la sala Open Mind, y la sala Networking que invita a trabajar de una forma distinta porque es una zona de pensamiento, de creación, de ocio y de diversión, entre otros aspectos, que va a ayudar a que se cree una mayor sinergia entre la empresa y el trabajador y además, de forma divertida y lúdica. Se ha creado en la página web, un enlace en el que el trabajador tiene acceso a información de la empresa y a noticias que el departamento ha considerado interesante darles difusión.

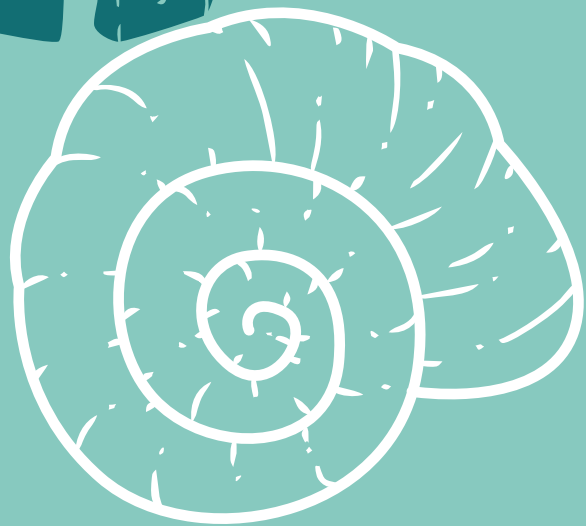
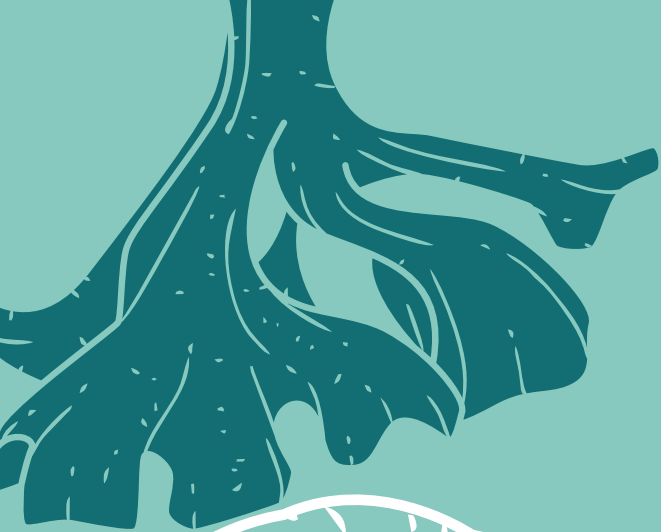
Desde aquí, quiero manifestar mi satisfacción, porque se haya conseguido la renovación del sello Empresa Familiarmente Responsable en su nivel de excelencia A a través de la fundación Mas Familia, confirmando que la excelencia en el modelo se consigue cuando en la estrategia y en las decisiones de las empresas. las personas son una de sus prioridades.

Y cuando se trata de nuestros clientes, buscamos la calidad de todos nuestros procesos, trabajando en la renovación del sistema integral de la calidad y medioambiente según normas UNE en ISO 9001 y 14001.

No debemos olvidar tampoco, que este año se ha trabajado en diferentes proyectos que han supuesto un gran esfuerzo, pero a la vez una gran satisfacción con sus resultados. Han sido, el proyecto digital 2020, la nueva marca HW, el nuevo concepto de Hotel Holiday Riwo, y el proyecto de economía circular y ambiental "El cambio que deja huella".

Y desde la parte corporativa, ha sido una gran satisfacción como PRESIDENTA de la catedra de turismo Costa del Sol, que desde Santelmo Business School se eligiera a nuestra empresa como referente en el turismo residencial y vacacional de la costa del sol para escribir el caso PEÑARROYA, donde se habla de la trayectoria de la empresa desde sus comienzos como constructores y promotores inmobiliarios hasta llegar a hoy en día, cómo se han gestionado las crisis, las apuestas realizadas en cada momento y las circunstancias que nos llevaron a todo ello, la visión del negocio hotelero, la sostenibilidad en el ADN de la empresa desde la construcción de cada edificio, la evolución digital y organizacional, la profesionalización y el futuro del grupo que es en lo que ahora estamos totalmente inmersos. Seguimos trabajando como siempre, con proyectos únicos y diferenciados. Son cinco proyectos, que esperamos se materialicen en 2-3 años, reforzándonos en nuestro modelo de Turismo, y permitiéndonos desestacionalizar para ser igual de fuertes en invierno.

Josefa Peñarroya Espíldora
Presidenta Grupo Peñarroya



03

Gobierno corporativo



Consejo de Administración

El Consejo de Administración es el máximo órgano encargado de supervisar y controlar las principales decisiones que adopta el Grupo, así como de fijar las estrategias y directrices de gestión y establecer las bases de la organización corporativa con el fin de garantizar su mayor eficiencia y transparencia.

A 31 de diciembre de 2019, el Consejo de Administración de Grupo peñarroya está compuesto por los siguientes miembros:



Presidenta

D^a. Josefa Peñarroya Espildora

Consejero Delegado

D. Cristobal Peñarroya Sánchez

Vocales

D. Cristobal Peñarroya Sánchez

D^a. Ana M^o. Peñarroya Espildora

D^a. Francisca Peñarroya Espildora

D^a. Monica Peñarroya Espildora

Secretaria:

D^a Inmaculada Atencia Robledo





Anualmente se elabora por el Consejo de Administración un calendario de sesiones que contiene las fechas y los asuntos a tratar en cada una de las reuniones del próximo ejercicio. A continuación, se indican los principales asuntos tratados por el Consejo durante el ejercicio 2019:

1. Formulación de las Cuentas Anuales, comprensivas del Balance, Cuenta de Pérdidas y Ganancias Abreviadas, Estado de Cambios en el Patrimonio Neto, Estado de Flujos de Efectivo, Memoria explicativa del Informe de Gestión y la propuesta de aplicación del resultado correspondiente al ejercicio 2019 para su elevación a la Junta General.

2. Presentación del presupuesto para su elevación a la Junta General.

3 Información no financiera

4 Modelo de Prevención de Delitos

Durante el ejercicio 2019 no se han aprobado modi-

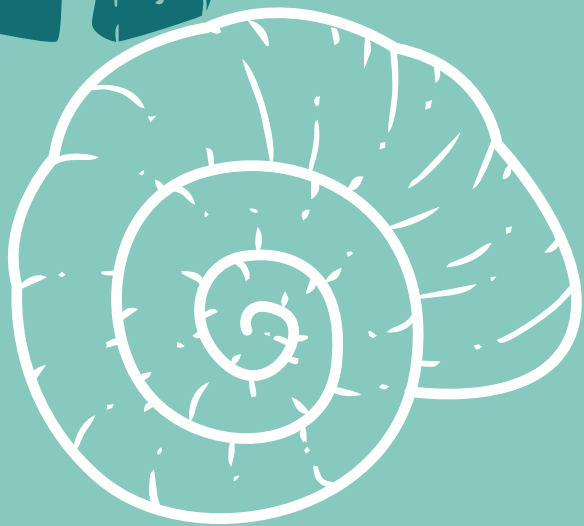
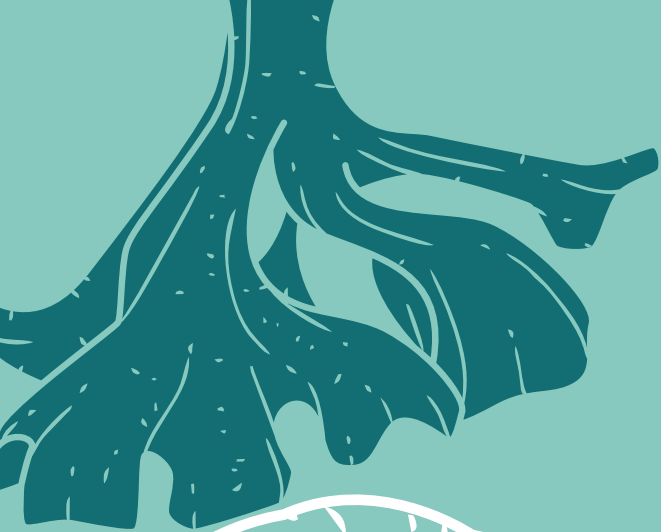
ficaciones a la normativa interna del Grupo.

Constituido en 2016, el Comité de Cumplimiento está formado por miembros del Comité de Dirección. Este órgano tiene la facultad de supervisar el cumplimiento de las áreas clave del Sistema: El Código de Conducta y el Modelo de Prevención de Riesgos Penales del Grupo. Durante el ejercicio 2019, se han celebrado dos reuniones del Comité de Cumplimiento.

El Modelo de Prevención y Detección de Delitos se actualiza periódicamente en función de los cambios organizativos, de la incorporación de nuevas normativas y de la evolución del propio modelo.

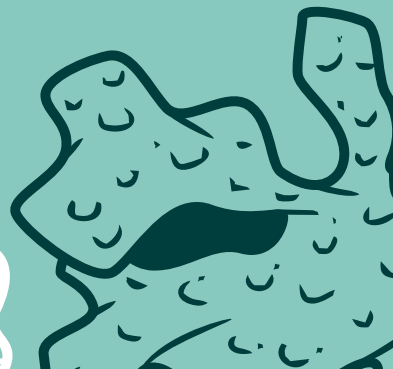
En cumplimiento de la Ley de prevención del blanqueo de capitales al desarrollar una actividad de cambio de moneda en el marco de nuestra actividad, formamos a nuestros equipos para detectar operaciones de riesgo y actuar siguiendo los protocolos establecidos, así como conocer las obligaciones de la Ley de Blanqueo.





04

Quiénes somos



Misión

Grupo Peñarroya tiene como Misión, alcanzar niveles de liderazgo en el sector turístico y de ocio tanto en el panorama nacional como internacional por diferentes motivos, por dar un servicio diferenciado y de calidad asociado a acciones res-

ponsables y a nuestra manera honesta de desempeñar nuestras actividades, consiguiendo con esto convertirnos en una marca de referencia nacional e internacional en el sector turístico y de ocio, así como asegurar nuestro éxito empresarial.



Visión

Grupo Peñarroya tiene como Visión principal realizar una expansión sostenible dentro del territorio de la Costa del Sol, apostando por la diversificación de sus negocios encaminados hacia el ocio, el deporte, y a sectores relacionados con la salud y el bienestar de la tercera edad,

realizando una búsqueda de clientes, principalmente ,en mercados internacionales.

El Grupo trabaja en la profesionalización de sus empresas de tal forma que le permita crecer a un riesgo bajo y mantenerse como un grupo familiar.



Valores

LA CERCANÍA,
es un valor poco común en las empresas de Gran Tamaño pero que el carácter familiar de Grupo Peñarroya desarrolla a diario. Una de las ventajas de la cercanía es la de resolver los problemas de inmediato y disminuir la burocracia; otra la de sentirse apoyado en momentos difíciles, esto se traduce en confianza. Cercanía con: Trabajadores, Clientes y Proveedores.

EL COMPROMISO,
es un valor que queremos de las personas que trabajan con nosotros, ya que consideramos que una persona comprometida es generosa, busca cómo dar más afecto, cariño, esfuerzo, bienestar, a su alrededor. En otras palabras, va más allá de lo que supone, en principio, el deber contraído.

EL ESFUERZO,
es la lucha diaria por conseguir los objetivos que nos marcamos y superar los obstáculos diarios para dar lo mejor que tenemos a nuestros clientes. El esfuerzo permanente nos permite a todos localizar oportunidades de negocio que permitan a la empresa mejorar y crecer, año tras año.

LA EXCELENCIA
entendiéndola como mejora continua de la EFICACIA de la organización a través de la capacidad de adaptarse anticipadamente a los cambios del entorno, con el objetivo de obtener RESULTADOS EXCELENTES que den satisfacción a todos los grupos de interés relacionados con el Grupo.



PROYECCIÓN FUTURO,
somos una empresa con proyectos muy diferenciados y muy ambiciosos. Esto nos convierte en una empresa con una fuerte proyección de futuro, lo que se traduce en un proyecto seguro por el que apostar tanto clientes, como trabajadores y proveedores.

PERSONAS

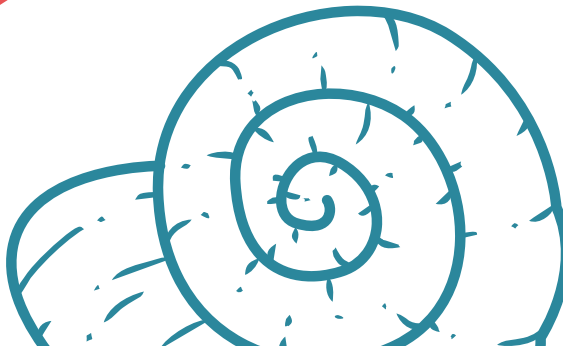
Nuestro valor principal es formar un equipo de trabajo que crea, se identifique y apueste por nuestro proyecto de vida. Por ello, nos esforzamos en la búsqueda constante de personal muy cualificado a nivel humano. Nuestro trabajo consiste en acercarnos a nuestros valores principales y hacerlos suyos para que puedan trasladarlo al resto de la organización como única manera posible de alcanzar los objetivos. Por tratarse de los mejores transmisores de nuestros deseos y los realizadores de nuestros sueños, nos debemos a ellos.

RESPONSABILIDAD.

Nuestras actividades se fundamentan en el espíritu de colaboración y responsabilidad con todo lo que nos rodea. Por ello, la Responsabilidad Social es el camino y la manera en la que la empresa, desde su fundación, ha tenido presente como premisa fundamental, para guiar el futuro de su negocio. Nuestro objetivo, el desarrollo sostenible apoyando el área de influencia local, a través de los ciudadanos, empresas y ecosistema, además de fomentar las costumbres y cultura local entre nuestros equipos y clientes.

ESPIRITU CONCILIADOR

La apuesta por la conciliación es un elemento transversal en el Grupo cuyo impulso proviene directamente del Consejo de Administración, Dirección General Hotelera y Dirección Corporativa de Recursos Humanos, figuras del más alto nivel dentro de la organización, que han trasladado su posicionamiento y la forma de entender la gestión de personas a la estrategia del grupo, siendo la conciliación el eje vertebrador de sus líneas directrices.



cultura de empresa

01

Clara Orientación al cliente: Nos ponemos en su lugar, y trabajamos para ofrecerle experiencias personalizadas.

02

Búsqueda constante de la Excelencia en la gestión a través de la digitalización, automatización y mejora de la productividad en los sistemas de trabajo.

03

Nos mostramos resilientes a hacer frente a las exigencias tan variables del mercado global en el que operamos.

04

Apostamos por una comunicación fluida, abierta y transparente con todos nuestros grupos de interés como manera eficiente de trabajar.

05

Entendemos que la manera de trabajar debe ser en Equipo, relación basada en el respeto y compromiso mutuo con las personas de la organización.

06

Estamos comprometidos con la Seguridad y Salud de los clientes, empleados y comunidades en las que operamos, como eje central de nuestra actividad preventiva.

Iniciativas estratégicas

El Plan Estratégico del Grupo establece como prioridades, impulsar los ingresos de las diferentes áreas de negocio, mejora de su rentabilidad y aprovechamiento de las fortalezas para nuevas oportunidades de reposicionamiento y expansión. Durante el último año, el Grupo ha puesto el

foco en el desarrollo y segmentación de marca, gestión de ingresos, calidad y reposicionamiento. También se ha impulsado la eficiencia operativa de la Compañía.

Entre los principales hitos 2019, destacan:

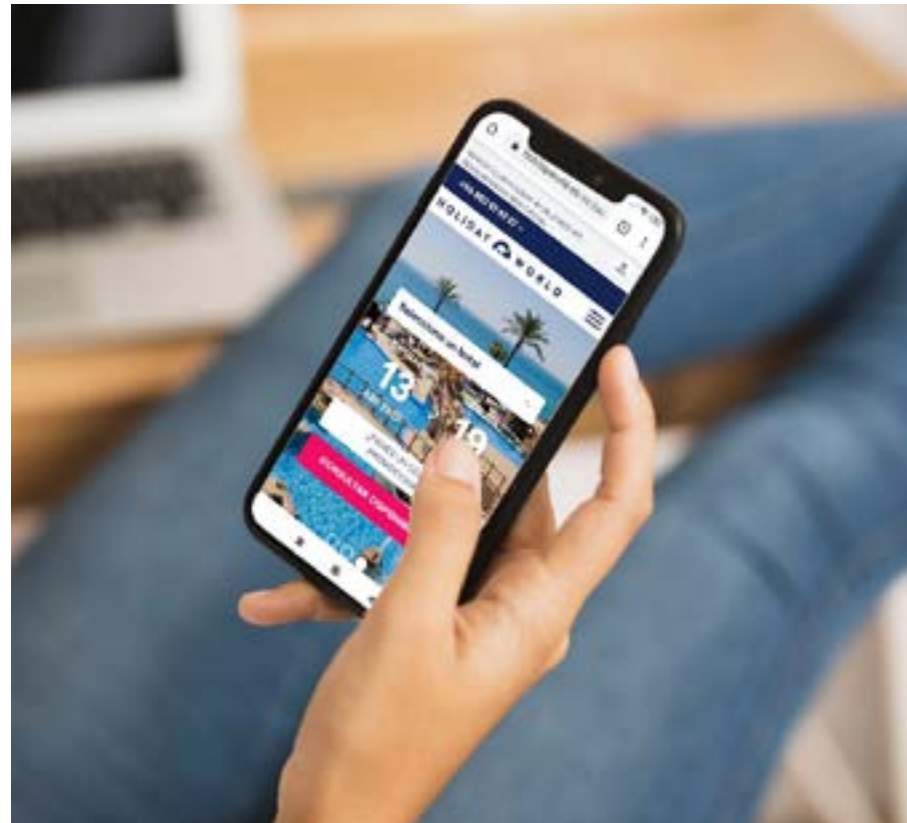
01

Proyecto Integral de Transformación Digital

Proyecto Integral de Transformación Digital del Grupo aplicado al

- MODELO NEGOCIO
- PROCESOS
- EXPERIENCIA DE CLIENTES
- ORGANIZACIÓN DIGITALIZADA

Como beneficios de este proyecto, buscamos la mejora de la experiencia del cliente en un entorno global como el actual, la optimización y reducción de los costes operativos, y la profundización en el análisis de datos.



02

Reposicionamiento de marca

Reposicionamiento dentro de nuevas marcas o categorías que se adapten a la demanda actual de nuestros clientes: Nueva Marca HW y Holiday RIWO.



03

Estrategia de F&B

Estrategia de F&B a través de la búsqueda de conceptos gastronómicos más innovadores en nuestro segmento "TI", sellando alianzas con Consultoras y partners expertos en la materia.

04

Compromiso con la sostenibilidad

La Agenda 2030 de Naciones Unidas es nuestro marco de referencia para orientar un modelo de turismo responsable y contribuir a los grandes desafíos globales.



05

Personas y Valores

Las Personas en el Centro de la Organización a través de:

- El liderazgo transformacional
- Comunicación Interna
- Desarrollo Profesional
- Cultura Digital
- Igualdad, Diversidad e Inclusión
- Voluntariado Corporativo

En cifras

Holiday World



Holiday World Village (2004)



Holiday World Polynesia (2009)



Holiday World Riwo (2004)



Hydros Hotel & Spa (2010)



Holiday World Beach Club (2004)





Activos inmobiliarios

Marbella

Terreno deportivo 3997 m²
Centro comercial DOÑA PEPA 6.350 m²
Viviendas 18
Locales
Finca en desarrollo 3.500.000 m²

Benalmádena

Locales
Parcelas en desarrollo 214.000 m²

Fuengirola

Plazas aparcamiento

Málaga

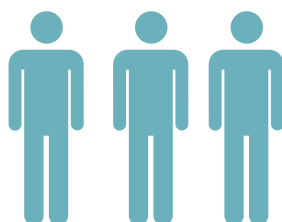
Plazas aparcamiento
Locales
Oficina

datos de interés 2019

178.742
habitaciones ocupadas



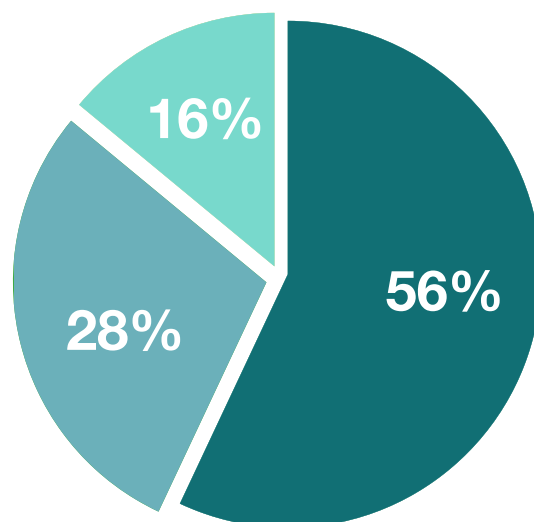
77,6%
ocupación media anual



3'01 media de personas
por habitación ocupada

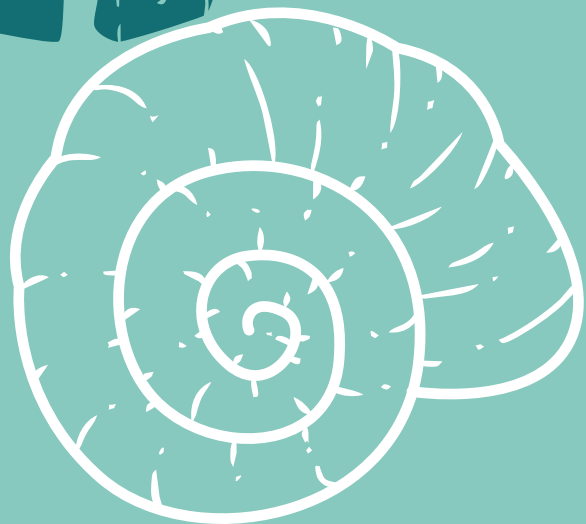
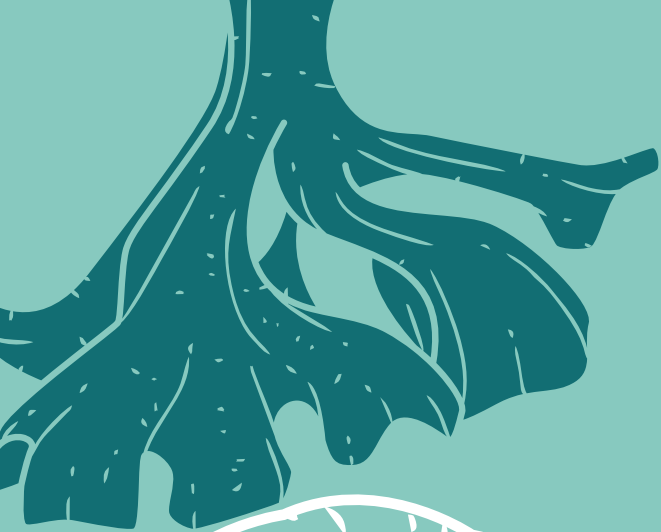


4'52 días
estancia media Hw



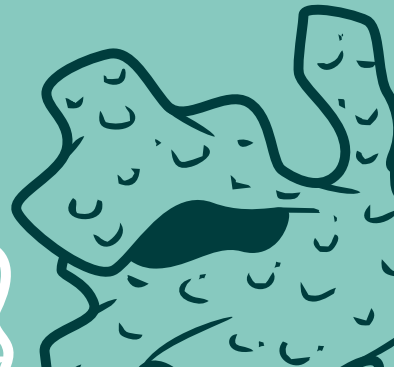
PRINCIPALES MERCADOS

- Gran Bretaña
- España
- Internacional



05

**Compromiso
con nuestros
grupos de interés**

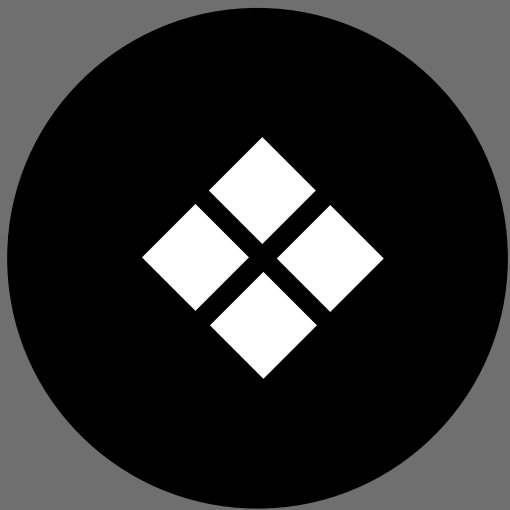


Diálogo con nuestros grupos de interés

Mantenernos cerca de nuestros grupos de interés y asegurar una escucha activa de sus expectativas, necesidades y prioridades es una máxima para nosotros. El Análisis de Materialidad recoge la priorización de estas expectativas en todos aquellos asuntos que nuestros grupos de interés consideran de relevancia especial.

Grupo Peñarroya tiene como principio, el cumplimiento de los compromisos adquiridos frente a los diferentes grupos de interés, tratando de cubrir sus expectativas y trabajando el alineamiento con nuestra cultura y valores.





01

Accionistas

La gestión en Grupo Peñarroya está basada en criterios de transparencia, rigor y buen gobierno, con el objetivo de mejorar la rentabilidad e incrementar el valor de forma sostenible en el tiempo.

Personas

Para Grupo Peñarroya, Las personas de la organización son uno de nuestros principales activos; por ello, se ha trabajado en mejorar la satisfacción de éstos a través de la implantación de un sistema de gestión basado en el respeto y el equilibrio, adaptado a la organización, y con el objetivo de propiciar un óptimo clima laboral.

02





03

Cientes

Nuestro principal objetivo es ofrecer a nuestros clientes las mejores experiencias durante su estancia, superando sus expectativas con la prestación de servicios innovadores, sostenibles y excelentes.

Proveedores

La transparencia y la confianza son claves para que proveedores y colaboradores compartan nuestros valores y construyamos relaciones duraderas basadas en el respeto y el beneficio mutuo.

04





05

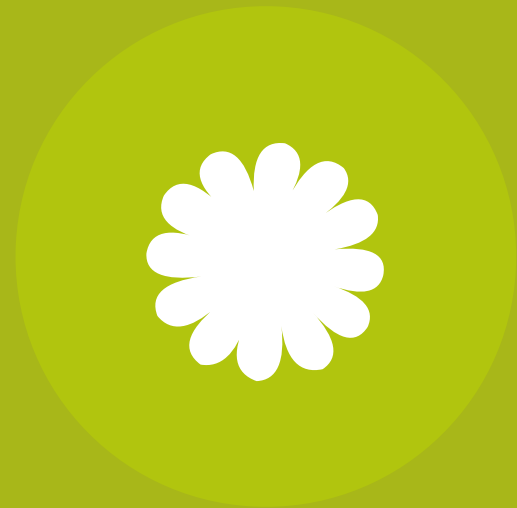
Sociedad

Trabajamos activamente en el desarrollo sostenible de la comunidad local en la que nos ubicamos, respetando y fomentando su cultura, tradiciones y valores, con una especial atención a la infancia y a los colectivos más desfavorecidos.

Medioambiente

Nos comprometemos con la sostenibilidad y la protección ambiental en todo el ciclo de negocio, desde la planificación, diseño y construcción hasta la prestación de servicios cotidianos al cliente.

06





07

Medios de comunicación

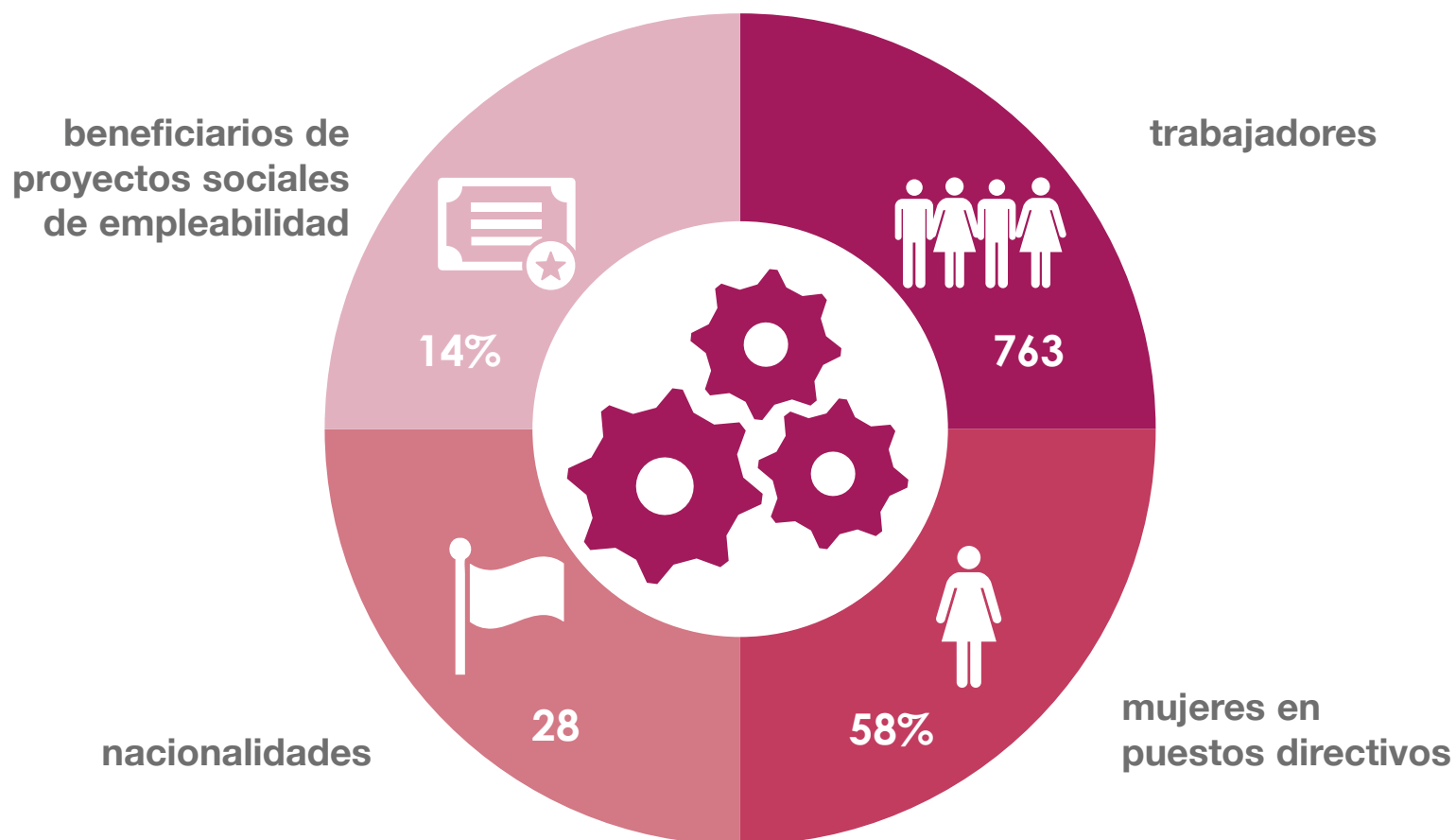
La reputación y credibilidad ante los medios se consigue estableciendo una comunicación abierta, fluida, continuada en el tiempo y bidireccional.



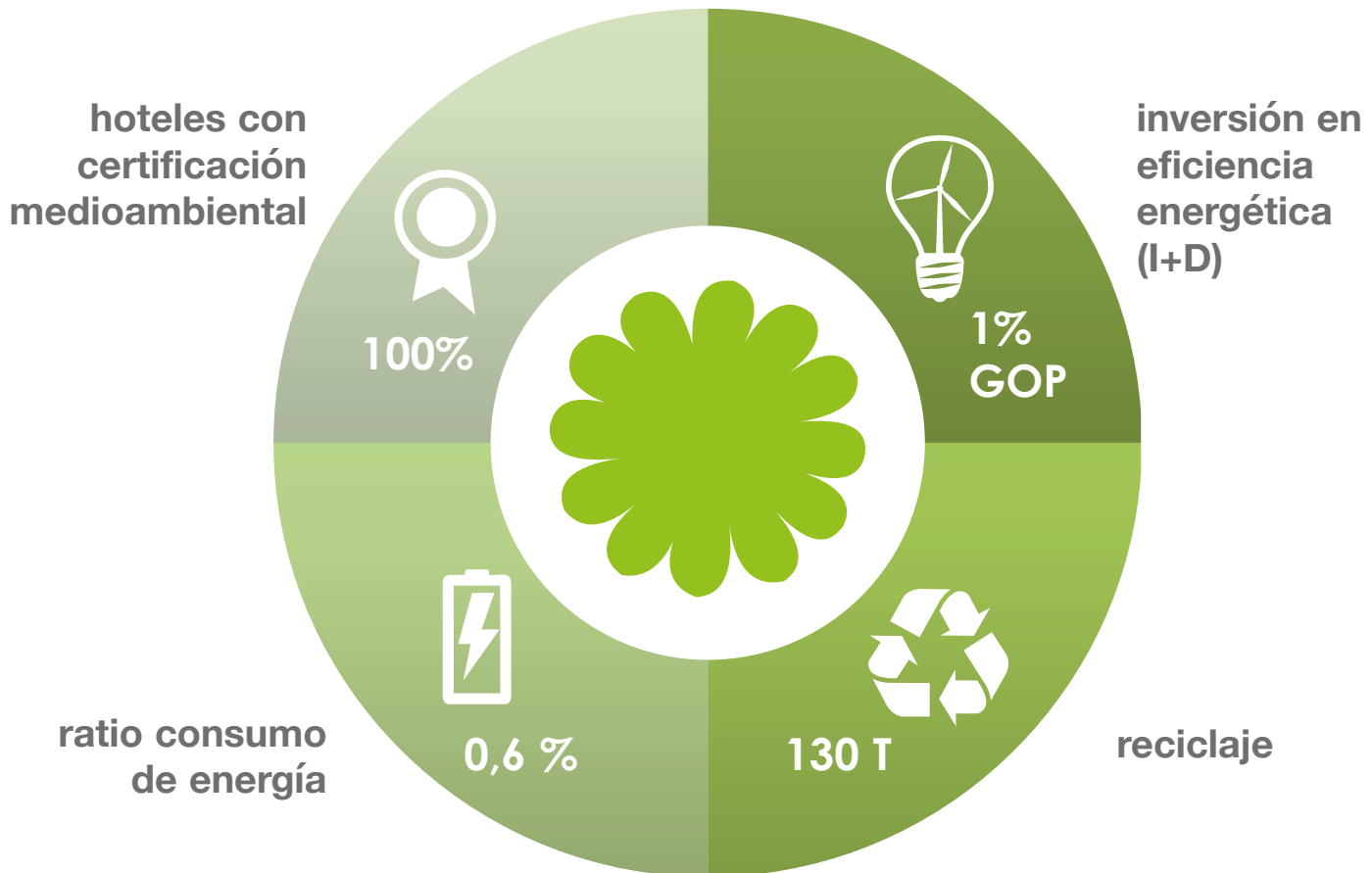
Compromiso económico

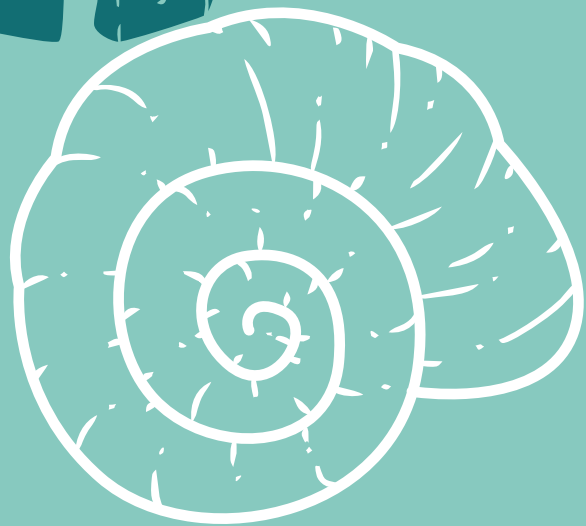
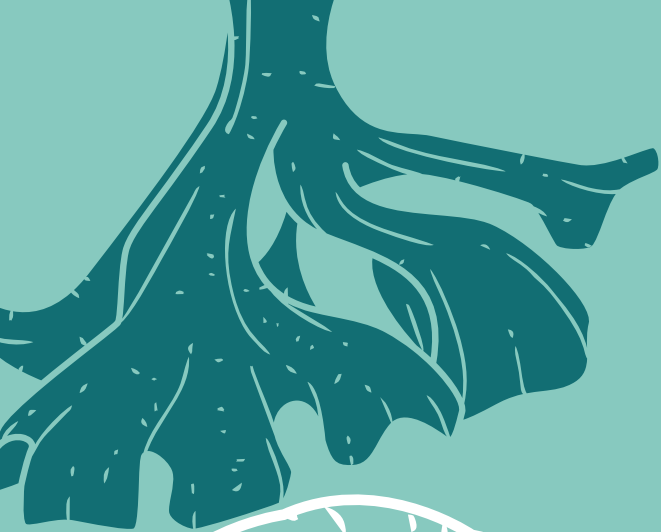


Compromiso social



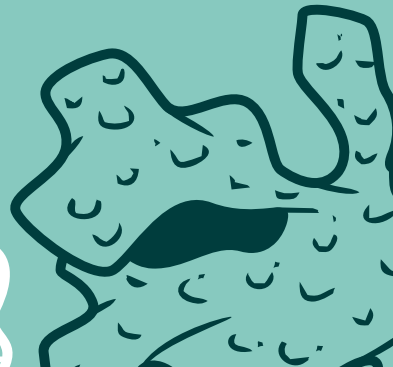
Compromiso medioambiental





06

Dimensión económica



Durante 2019, la actividad económica mundial ha mantenido un ritmo de crecimiento del 2,9%, cifra ligeramente inferior al crecimiento del año anterior (3,6%).

En Europa, según datos de la OMT, aunque el crecimiento fue inferior al de los años previos (4%) sigue a la cabeza en términos de número de llegadas internacionales, con 743 millones de turistas internacionales el pasado año (el 51% del

mercado mundial).

Las previsiones indican que el crecimiento se mantendrá en 2020, aunque a un ritmo más sostenible después de diez años de expansión constante, tras la crisis económica de 2009.

Recogiendo esta tendencia moderada en el sector hotelero, se presentan las cuentas anuales del Grupo:

Grupo Peñarroya (cifras en miles de euros)

	2019	2018	Var%
Ingresos totales	52.134	53.199	-1,7%
División hotelera	38.519	39.002	-1,2%
División inmobiliaria	13.795	14.197	-2,8%
EBITDA	6.292	7.288	-13,7%
Resultado neto	524	794	-34,0%
Incremento ADR %	7,2%	3,6%	
Incremento RevPAR%	3,9%	0,6%	

En el ejercicio 2019 ,Grupo Peñarroya ha estado ligeramente por debajo del año anterior en cuanto a sus ingresos, con una caída del 1.7% como consecuencia de los menores ingresos extraordinarios habidos en la división inmobiliaria; por ello se ha visto afectado igualmente el Ebitda del Grupo y el resultado neto.

Referente a la división hotelera, no se ha vuelto a conseguir incrementar las ventas con respecto al ejercicio anterior, rompiendo la linealidad que se manejaba recurrentemente en los últimos 3 ejercicios, suponiendo una ligera caída del 1.2%.

Sin embargo, en este año si hemos sido capaces de consolidar los incrementos en nuestro ADR (tarifa media por habitación ocupada), en un 7,2% ,tanto por las operativas habidas que han ayudado a desestacionalizar los ingresos, como por el incremento habido en el cliente directo.

En cuanto al RevPAR (ingreso por habitación disponible) éste también se ha consolidado obteniendo un incremento del 3,9%. Por tanto, podemos concluir que la estabilidad en esta división se ha mantenido en este 2019 pese a las turbulencias externas registradas en los diferentes mercados durante el año.





Política RSC

Buen gobierno corporativo, entendido como la incorporación de comportamientos éticos en todas las facetas de la dirección y la gestión del Grupo.

Innovación permanente, entendida como la apuesta por la mejora de nuestros productos y servicios de una manera sostenible, rentable y respetuosa con las personas y con el medioambiente.

Clima laboral óptimo que favorezca el desarrollo profesional, la igualdad de oportunidades y la pluralidad y diversidad funcional en el trabajo.

Vocación de calidad y excelencia en el servicio como una forma de poner en valor uno de nuestros principales activos, nuestros clientes.

Participación y fomento del desarrollo económico, humano y social de las comunidades en las cuales tiene presencia la organización.

Compromiso responsable por la preservación medioambiental y el respeto a la fauna y flora autóctonas en cualquier entorno en el que operemos.

Protección y respeto de los Derechos Humanos Fundamentales en el desarrollo de nuestra actividad.





Medición de la calidad

La gestión de la calidad y el Proyecto Digital de la organización se materializan en la recogida y análisis on line y semántico de las opiniones de los clientes, a través de la herramienta de "Guest Intelligence" desarrollada por "Review Pro".

satisfacción media sobre 5.629 valoraciones



En el sector hotelero, el conocimiento del cliente y la personalización de las experiencias son un componente esencial para la satisfacción y fidelización del cliente. En este sentido, las redes sociales juegan un papel fundamental como canal de comunicación bidireccional:

Holiday World en redes sociales



Grupo Peñarroya en redes sociales



Sistemas de gestión

En 2019 se ha verificado nuevamente nuestro Sistema Integral de Gestión de la Calidad y el Medioambiente, obteniendo la renovación en primer seguimiento de los certificados según las normas ISO 9001 y 14001 en su versión de 2018.

AENOR certifica en seguimiento la labor de Grupo Peñarroya en la gestión de "Personas" como una empresa de Nivel A, empresa EXCELENTE en su gestión integral de RR.HH., basada en la

Conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

Asimismo, continúan vigentes, el certificado internacional de Turismo Sostenible según el sistema Travelife, que ha distinguido a los Hoteles Holiday Village y Holiday Polynesia con el "Travelife Gold Award" y el compromiso con la calidad turística en el destino "Costa del Sol" a través del distintivo "SICTED" otorgado a Hoteles Holiday World.



Desde 2015, Grupo Peñarroya está adherido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, considerando sus 10 principios y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como marco de referencia para el diseño de la estrategia y gestión de la Responsabilidad Corporativa de la organización.

El 25 de Octubre de 2018 Grupo Peñarroya firmó junto a instituciones públicas y privadas, la "Declaración de Málaga de Compromiso con los ODS y la Agenda 2030", mostrando nuestro apoyo público a la consecución de los ODS.

Este compromiso con el desarrollo sostenible, nos permite alinear nuestra estrategia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a los que podemos contribuir en el marco de la Agenda 2030.

A través de éstos, impactamos sobre un total de 8 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible: ODS 1 (Erradicación de la pobreza), ODS 5 (Igualdad de género), ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico); ODS 12 (Producción y Consumo Responsable), ODS 13 (Acción por el Clima), ODS 14 (Vida Submarina) y ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos).



Las acciones que a nivel de Grupo identificamos en 2019 para este ODS fueron las desplegadas en la estrategia de Acción Social en colaboración con asociaciones tanto locales como a nivel nacional cuyo fin social es precisamente éste, establecer alianzas solidarias para erradicar la pobreza en todas sus formas.



El concepto de empresa saludable nace en un entorno de trabajo en el que se favorecen procesos de mejora continua para promover y proteger la salud, la seguridad y el bienestar de las personas. De ahí nace en Grupo Peñarroya SALUD 360° EMPRESA SANA-VIDA SANA, que en 2019 nos trae nuevas líneas de desarrollo y actuación.

Para preservar la coherencia y fomentar la digitalización en un entorno sano, nos hemos orientado a la salud digital propia y del entorno familiar.



Nuestra implicación con estos ODS y nuestros mecanismos de actuación van intrínsecamente unidos a nuestra apuesta por un Sistema Integral de Gestión de Personas (EFR) por el que hemos sido reconocidos a través de AENOR como empresa EXCELENTE que promueve la conciliación, la igualdad y la no discriminación a nivel laboral, además de fomentar el desarrollo social y económico local a través de la oferta de empleo y contratación anual.



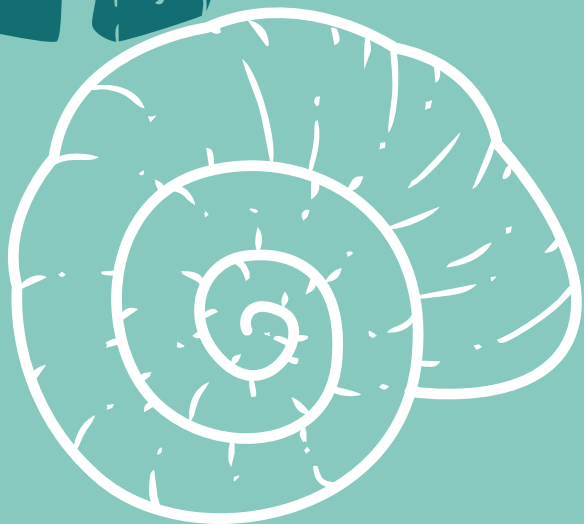
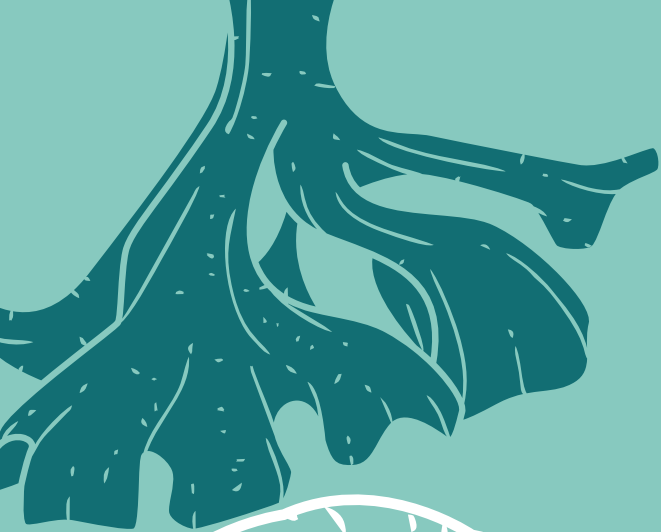
Grupo Peñarroya trabaja en que sus estándares y requisitos de sostenibilidad, incluyendo criterios sociales, medioambientales y de buen gobierno, sean de aplicación a todos sus proveedores. Por ello, apuesta por una gestión innovadora e integral de la cadena de suministro para contribuir al desarrollo de un modelo de consumo responsable.



Grupo Peñarroya/ Holiday World ha alineado en 2019 con el Proyecto “ El cambio que deja Huella” su estrategia de eliminación de productos de plástico de un solo uso y su reemplazo gradual por otros materiales biodegradables o compostables , con los ODS 13 y 14 en la lucha contra el cambio climático y la contaminación de nuestras costas y mares.

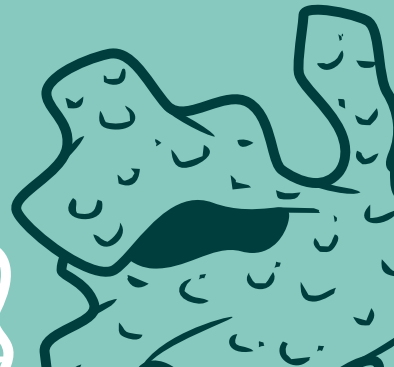


Para que una agenda de desarrollo sostenible sea eficaz son necesarias las alianzas entre el gobierno, el sector privado y la sociedad civil. Estas alianzas se construyen sobre la base de principios y valores, una visión compartida y objetivos comunes que priorizan a las personas y al planeta, y son necesarias a nivel mundial, regional, nacional y local.



07

Dimensión social



La persona en el centro de la organización

1-Liderazgo transformacional

La gran evolución de Grupo Peñarroya ha venido de la construcción progresiva y la implantación final de un modelo de Liderazgo Transformacional que puede denotarse por los proyectos liderados, y por el compromiso adquirido y divulgado.

Hemos evolucionado en el enfoque de la gestión y políticas destinadas a las personas, impulsando y definiendo un proceso de transformación cultural, que ha reforzado el modelo de gestión integral de personas. Una transformación cultural dibujada este año 2019 en 2 hitos y 3 proyectos transversales y culturales que engloban y aglutinan las distintas dimensiones del individuo, y que a la vez aporta a Grupo Peñarroya un elemento diferenciador en la estrategia de gestión de personas.

hitos 2019

Espacios Open Mind

Redefinición departamento RR.HH en
Personas y Valores

proyectos 2019

DigitalizaTE

Web Personas y Valores

Libro retributivo



1.1. Espacios Open Mind

"Open Mind" es un concepto, un vehículo para trasladar el liderazgo transformacional. Un concepto enfocado a fomentar la imaginación, optimismo, responsabilidad y equilibrio.

Concepto materializado en espacios físicos para mantener una "Mente Abierta" y hacer llegar nuestros valores de Resiliencia y Esfuerzo, aportando las herramientas para alcanzarlos.

Es una evolución de los espacios e instalaciones destinadas a los equipos, como parte de nuestro compromiso y apuesta firme por la innovación y digitalización. Un nuevo concepto de aprendi-

zaje, de gestión del conocimiento, de formación, de desarrollo personal y profesional. Espacios para enriquecer y culturizar.

¿Como se materializa este concepto?

Sala Open Mind: Sala con tres espacios, uno destinado a formación, otro al ocio y otro al relax.

Sala Networking: espacio destinado al encuentro a reuniones, al networking, con equipos internos y externos.

El proyecto Open Mind esta en evolución teniendo fecha de finalización para 2022.



1.2. Redefinición departamento RR.HH en Personas y Valores

Grupo Peñarroya da un paso en firme en su transformación y redefine su departamento de Recursos Humanos, ahora llamado de Personas y Valores.

El objetivo es posicionarnos como Área transversal, enfocando la gestión, los proyectos, los procesos, las acciones de mejora, etc...en la persona, ubicándola en el centro de la organización, evaluando y analizando los impactos internos y externos de cada acción que lleve a cabo Grupo Peñarroya, y enfocando cada proyecto con los valores que nos

definen, siendo éstos: Transparencia, Resiliencia, Esfuerzo y Respeto.

Esta redefinición se completa con la inclusión del perfil de comunicación interna, aportando al Área de Personas y Valores, voz y visibilidad.

Este cambio se materializa con la implantación de la Web Personas y Valores, que nace con el principal objetivo de acercarnos más a los equipos y que la comunicación entre empresa y trabajador sea más ágil, fluida, dinámica y, sobre todo, cercana.



2. Cultura digital

El proyecto DigitalizaTE que inicia su andadura en la temporada 2018 desarrollando un diagnóstico del GAP digital de la organización y la difusión del mismo, se implanta durante el año 2019 con tres programas orientados a culturizar, capacitar y transformar espacios, todo en el ámbito digital.

El programa CulturizaTE compuesto por 100% digitales, 100% información y 100% conexión, consigue su objetivo durante el año 2019:

100% digitales: convocatoria pública de dos foros de sensibilización digital "Familias y Tics", que obtuvo una evaluación de la eficacia de 9 sobre 10, con una asistencia del 40% de la organización.

Pero destacamos en este apartado, la inauguración y aportación de la Web Personas y Valores, espacio digital que une la cultura, el ocio y la comunicación con 100% información y 100% conexión.

DigitalizaTE se compone de los Programas Galileo (universidad corporativa digital de acceso libre), Gate y Mark (capacitación técnica, innovación y marketing digital):

Programa Galileo: 70 usuarios realizaron 104 cursos de 49 temáticas distintas.

Programa Gate: Se llevan a cabo un total de 22

cursos distintos de capacitación digital, en modalidad presencial y tele-formación. El 98% de la organización ha asistido al menos a 1 acción formativa de capacitación digital.

Programa Mark: los Mooc cualificados de Big Data y Business analytics para el sector hotelero y turismo y Dirección de Sistemas de información y tecnología empresarial han incorporado a la organización nuevos procesos de trabajo que han sido extendidos a todas las áreas del negocio.

Del programa DigitalizaTE destacamos tres puntos: Presupuesto destinado: del presupuesto total de formación se destina el 40% para el desarrollo e implantación de los tres programas de capacitación digital.

El interés existente de los equipos en su capacitación digital: prueba de ello es la elección en la Plataforma formativa (Galileo) de programas formativos de materia orientada a la mejora de competencias digitales con una evaluación de la eficacia de 3,8 sobre 4.

Implicación de formadores internos en materia digital. Los nuevos perfiles profesionales incorporados durante el año 2019 y los espacios Open Mind protagonizan el Programa TransformaTE, programa que seguirá estando activo y en desarrollo hasta el año 2023.

Web Personas y Valores

El hito fundamental y que ha marcado una transformación significativa en el camino, a la digitalización ha sido la Web Personas y Valores por su alto impacto cualitativo y cuantitativo, y por su carácter novedoso y de accesibilidad. Destacamos el Impacto en la organización sobre los resultados, siendo valorado con un 10 sobre 10 por los equipos.

Este proyecto surge por la iniciativa desde el equipo de Personas y Valores de llevar a cabo una transformación digital iniciada con el proyecto DIGITALIZATE.

¿Qué es? Una nueva vía de comunicación bidireccional a través de una Web donde la cultura, la información y el ocio son los pilares fundamentales, con las personas como protagonistas principales. Una página web para que el trabajador/a tenga toda su información a su alcance, y además pueda estar informado de todas las novedades.

Está compuesta por tres secciones: 100%información, #somosequipo, #somossocial

100% Información: La web Personas y Valores dedica su página principal, abierta a todo el

mundo, a una newsletter donde se pretende mantener informado al usuario sobre noticias ajenas a Grupo Peñarroya y de las RRSS de Grupo Peñarroya.

#somosequipo: oficina virtual privada para cada trabajador/a donde podrán acceder a toda su información relacionada con la empresa. Con

#somosequipo no solo hemos facilitado canales operativos de comunicación que nos aporta calidad en el empleo, sino que hemos querido profundizar ofreciendo mejoras en nuestras líneas directrices de la gestión de personas.

#somossocial: sin dejar de lado el ocio, se ha creado una red social y punto de encuentro para todos los que forman Grupo Peñarroya, donde se pretende crear lazos de unión entre trabajadores, crear puentes entre departamentos, y fomentar la confianza, compañerismo y sinergias positivas de gestión de conocimiento.

Nuestro objetivo ha sido, además de aportar mejoras en la comunicación bidireccional y en la gestión, trasladar nuestros valores dentro del marco de nuestra apuesta por la conciliación, igualdad, diversidad como empresa efr Excelente.



Personas y Valores

web personas y valores

8.067



visitas

Promedio duración 2h
Porcentaje rebote: 65%

El proyecto de la Web de PyV en su conjunto ha significado el hito principal de innovación y mejora que acompaña la transformación del Área de Personas y Valores.

Prueba de ello, son los datos obtenidos en el diagnóstico de la Voz del empleado 2019 donde la puntuación de los canales de comunicación interna experimenta una clara mejora en la información recibida por el personal, situándose los valores en torno al 75% (frente al 57% del año 2016).

#somossocial

360



usuarios

72% del total

#somosequipo

3.813



gestiones realizadas

28.152 sesiones iniciadas



3. Retribucion sostenible

La Política Retributiva de la organización se ha dibujado a través de un Proyecto para crear el programa de Retribución Total, compuesto de 6 áreas retributivas, éstas son: Dirección por objetivos / Pertenencia a comités / Incentivo por proyectos / Adecuación salarial / Salario emocional / Beneficios sociales.

El proyecto se desarrollará en 5 fases:

Durante el año 2019 se ha finalizado la 4º fase, dejando la 5º fase para desarrollarla en las 6 áreas retributivas para los años 2020 y 2021. La convivencia de 9 comités profesionalizados, la

ampliación de los programas de DPO a mandos intermedios operativos, el estudio de adaptación salarial de los perfiles directivos y el continuo desarrollo del salario emocional con beneficios sociales y medidas de conciliación, igualdad y diversidad, hacen del Programa de retribución total, la principal herramienta de engagement en Grupo Peñarroya.

Destacamos el Libro Retributivo, un programa personalizado donde se le explica a cada persona acogida a este programa, su evolución retributiva en los próximos 5 años en la organización.



4. Diversidad, inclusión y voluntariado corporativo

La apuesta por la implantación de un liderazgo inclusivo con la representación real de la sociedad, es un compromiso firme al igual que la apuesta por el fomento de la acción social y el voluntariado corporativo.

Este compromiso se ve materializado en acciones concretas como la adhesión al Consejo asesor del Foro Inserta y a la Alianza para la Formación Dual, por medio de la cual, Grupo Peñarroya se involucra con la adquisición de 6 proyectos de Formación Dual para implantación durante los

años 2019 a 2021.

Y con acciones de fomento del voluntariado individual a través de sesiones de sensibilización y formación, que han adquirido un peso fuerte y buena acogida. Ello lo hemos podido comprobar con la Carrera Litoral Holiday World a beneficio de Proyecto Hombre, que este año ha evolucionado a Media Maratón, participando el 19% de los equipos de la organización como voluntarios, o el Proyecto Mares circulares de "Coca Cola, con una participación del 11% del equipo.



5. Conciliación: #somosefr

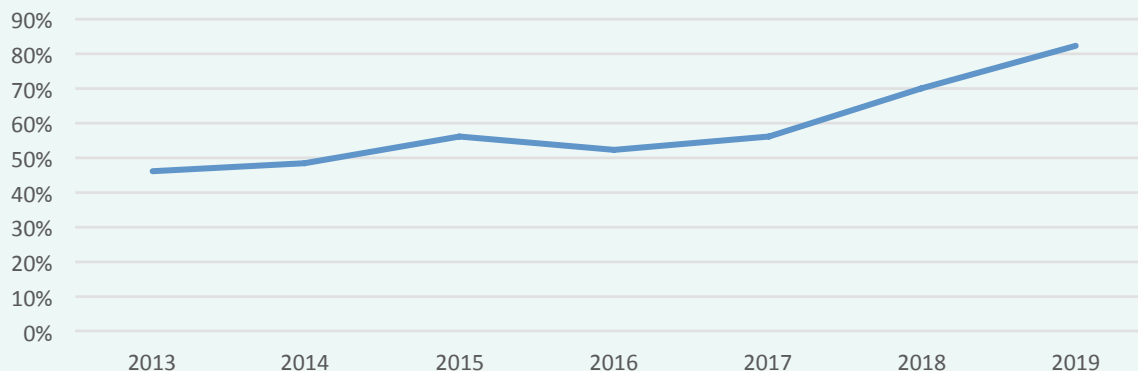
La principal evolución que podemos destacar a lo largo de estos años conviviendo con medidas de conciliación, igualdad y diversidad, no es la evolución cuantitativa, que también y la cual veremos ahora, sino la evolución cualitativa y personalizada de respuesta a necesidades concretas. La personalización del modelo y adecuación a nuestra naturaleza.

Durante el último ciclo de certificación se ha trabajado para mejorar la usabilidad de las medidas de conciliación, así como la percepción que tiene

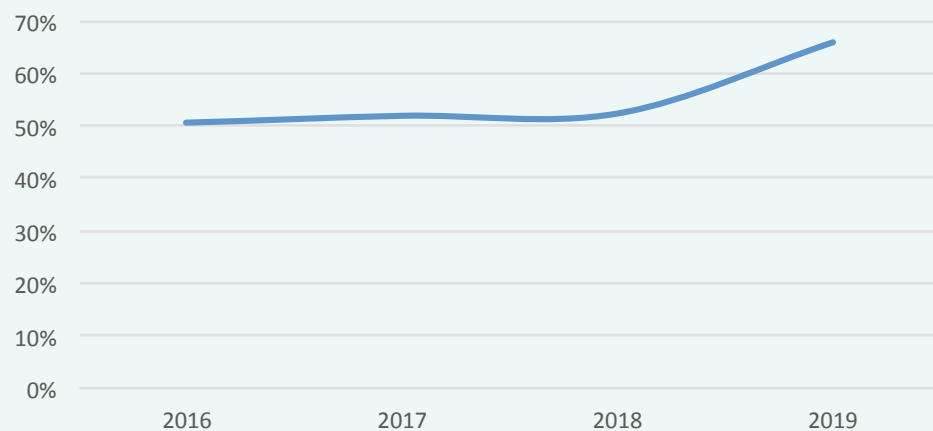
el personal sobre el uso de las mismas, alcanzándose cotas importantes en el presente año y elevándose el uso a un 34% en los 2 últimos ciclos de certificación (2013-2019), debido principalmente a las siguientes acciones:

- Inclusión de nuevas medidas itinerantes.
- Mejora de los canales de comunicación, mayor conocimiento de las medidas por el personal.
- Aumento de las medidas personalizadas.

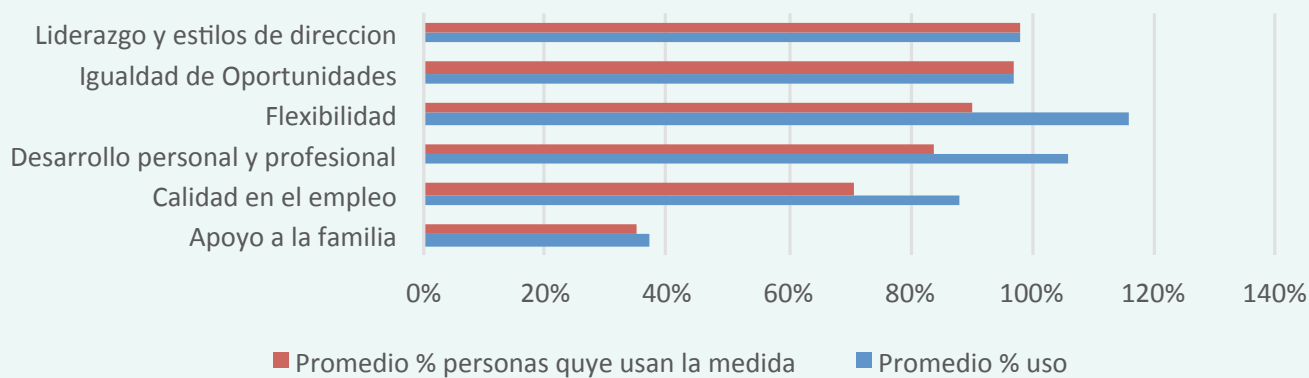
evolución uso de medidas

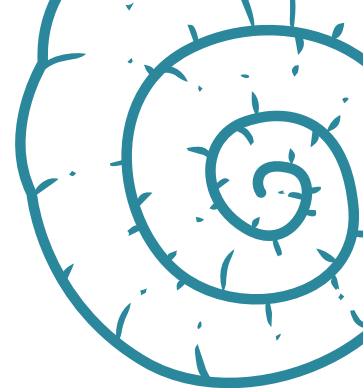


evolución percepción de uso de medidas diagnósticos

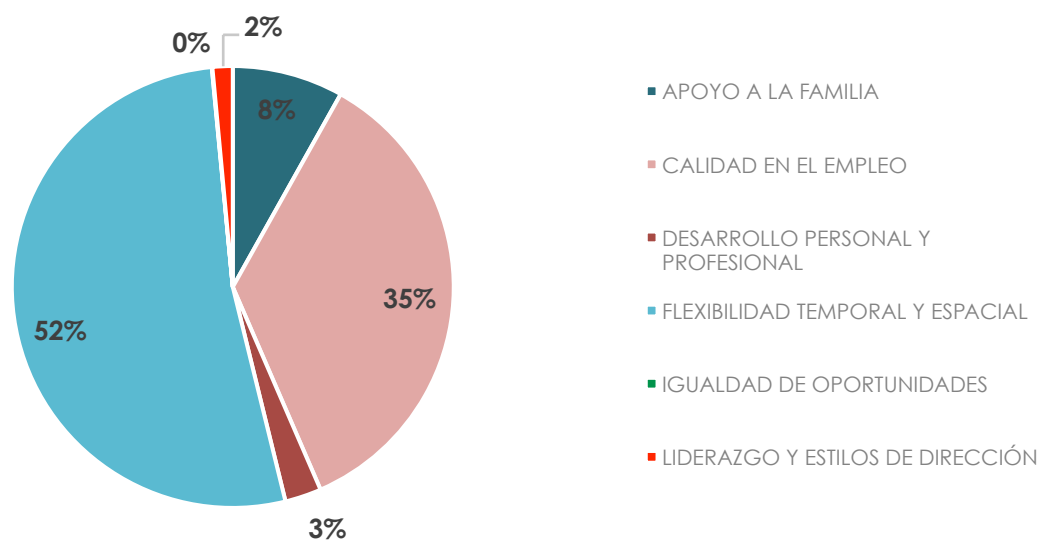


usabilidad de las medidas por grupo





% de medidas solicitadas y disfrutadas



6. Salud 360º: empresa sana-vida sana

El programa salud 360º nos trae durante el año 2019 nuevas líneas de desarrollo y actuación.

Para preservar la coherencia y fomentar la digitalización en un entorno sano, nos hemos orientado a la salud digital propia y del entorno familiar.

La acción "Familias y Tics" enfocada a un uso sano de las herramientas digitales y redes sociales, ha sido altamente valorado por los equipos.



7. Desarrollo profesional

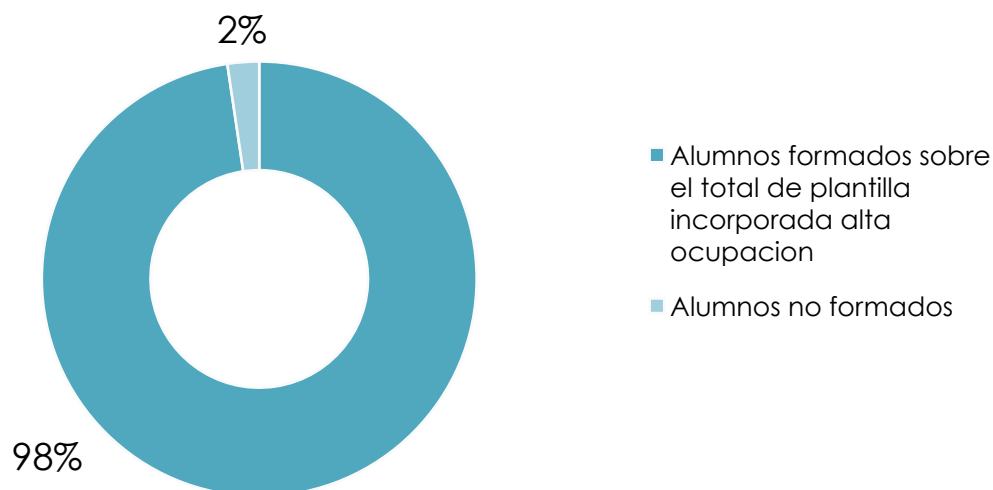
La mejora cualitativa en el área de formación era un objetivo planteado desde la creación de la Web de Personas y Valores, hasta la implementación del Programa Galileo y Espacios "Open Mind".

Estas inclusiones han supuesto una evolución tanto a nivel interno de gestión, como a nivel externo de información, solicitud, autonomía, desarrollo y evaluación de la calidad de la acción formativa y formadores; y sobre todo, de calidad de la oferta formativa disponible para los equipos.

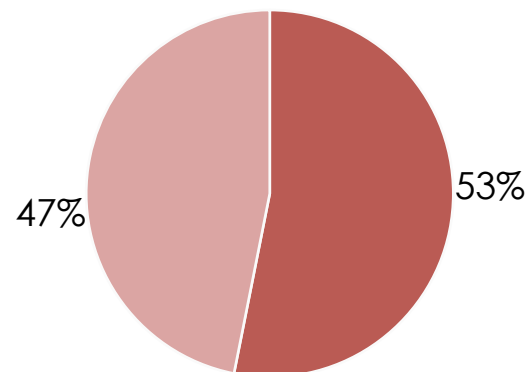
Principales transformaciones en la gestión de la formación:

- El desarrollo de gestores internos de formación
- Un canal interno para la solicitud e inscripción a través de la Web de Personas y Valores.
- Sala de formación Open Mind dotada de recursos de alta calidad para la formación

ratio alumnos formados



horas de formación



■ Horas totales Formación externa

■ Horas totales Formación interna

orientación a resultados comparativa 2016-2019

	2016	2019
1 Satisfacción general	69,10%	81,76%
2 Compañerismo	88,20%	85,04%
3 Apoyo de Dirección	78,00%	83,10%
4 Índice de Compromiso	80,00%	93,30%
5 Índice de Confianza	82,00%	85,60%
6 Índice de Felicidad	87,00%	89,40%

Indicadores de plantilla

nº de trabajadores



diversidad de género



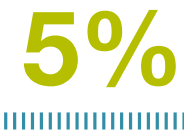
diversidad generacional



diversidad de origen étnico



diversidad funcional



Cadena de valor

Grupo Peñarroya trabaja de forma permanente en garantizar una gestión responsable y sostenible de la cadena de suministro que le permita construir vínculos a largo plazo con sus proveedores, basados en valores éticos, de transparencia y compromiso mutuo.

Nuestro principal objetivo es impulsar un modelo de

aprovisionamiento sostenible minimizando costes de compra, almacenamiento y distribución, en nuestros hoteles, asegurando al mismo tiempo el cumplimiento de los estándares de calidad previamente establecidos. En esta línea, la selección de proveedores se realiza en base a criterios técnicos, económicos y sostenibles.

datos departamento de compras 2019

**Fomenta la
fidelización de proveedores**

97%
fidelización



**Genera compromiso
con los proveedores locales**

67%
proveedores locales

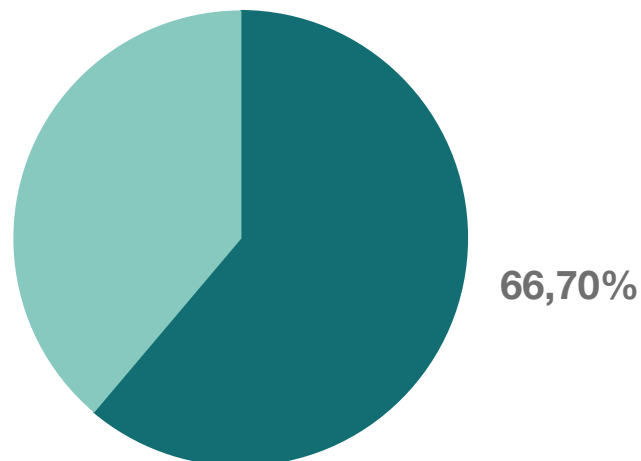


tipología de proveedores

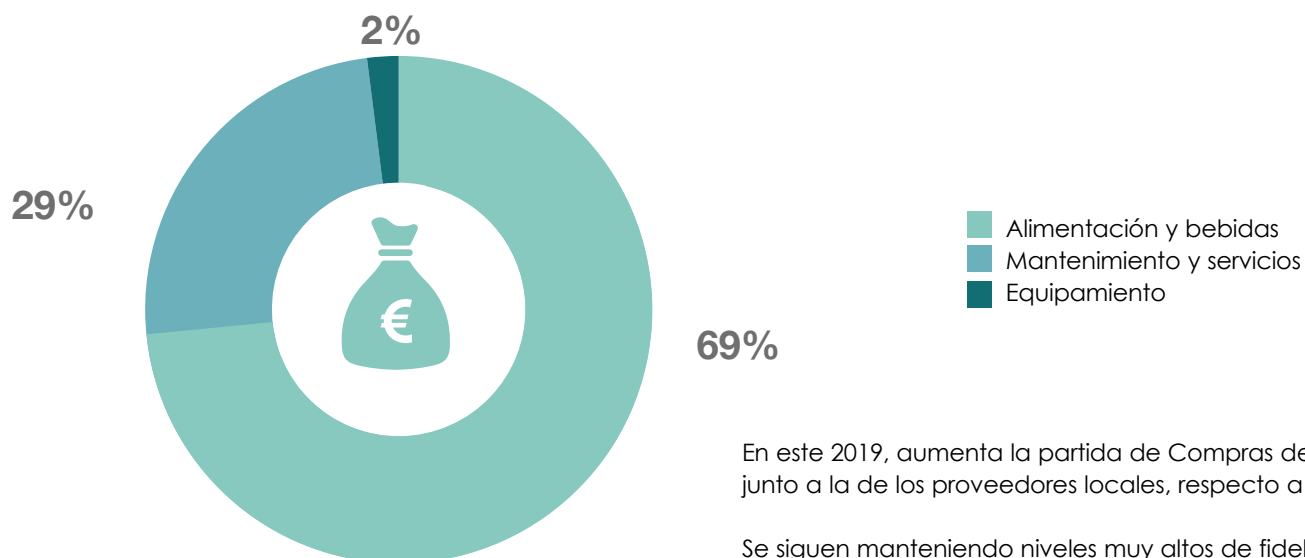
Reparto facturación

■ proveedores locales
■ proveedores no locales

33,30%



Facturación según tipología



En este 2019, aumenta la partida de Compras de A&B junto a la de los proveedores locales, respecto a 2018.

Se siguen manteniendo niveles muy altos de fidelización, destacando tanto en facturación como en número, los proveedores locales,

Colaboracion en proyectos sociales y culturales

Nuestros valores familiares constituyen la base sobre las que actuamos junto a entidades sociales como agentes de cambio, a través de acciones de apoyo directo o de voluntariado corporativo.

Junto a aliados clave buscamos generar valor compartido con la sociedad. Para ello, prestamos una especial atención a colectivos en ries-

go de exclusión en el marco de nuestra estrategia de Responsabilidad Social Corporativa; estrategia alineada con la Agenda 2030, y a cuyo desarrollo queremos contribuir trabajando de forma directa los ODS 1, 3,5, 8, y 17.

Grupo Peñarroya apuesta por construir alianzas responsables y de éxito con aliados solidarios. Estos han sido nuestros aliados en 2019:



ABAD

ABAD (Asociación de Benalmádena para la discapacidad), asociación local con la que mantenemos lazos de colaboración, como nuestro apoyo a la celebración de la XII GALA BENÉFICA el pasado 8 de Junio de 2019, así como la realización de una salida de ocio a nuestro Club de Playa para asociados.



02

Fundacion SEUR “Tapones para una vida”

Firma del Convenio de Colaboración con el Proyecto “Tapones para una nueva vida”. Es el proyecto estrella de Fundación SEUR, con el que ya se ha conseguido ayudar a más de 171 niños y niñas a través de la recogida y reciclaje de los tapones de plástico de envases en los centros adheridos, como nuestros Hoteles.

Esta iniciativa ha permitido entregar cerca de 1.200.000 € para ayudar a financiar tratamientos médicos y ortopedias no cubiertos por la Seguridad Social de niños con enfermedades graves.

Pero esto no es todo, porque, gracias a este proyecto y a la ayuda de todos, se han reciclado 6.542 toneladas de tapones de plástico, evitando la emisión de 8.198 toneladas de CO2, principal gas causante del cambio climático

Federación Andaluza de Vela para Discapacitados

Colaboración con la ONG “Paraocio” en su participación en La Copa del Rey de Vela y Discapacidad, celebrada el 27 de Julio de 2019 en Mallorca. Proyecto que se alinea con nuestro apoyo al deporte y a la inclusión social, tratando de romper barreras y de construir una sociedad más diversa e integradora.

03





04

Fundacion de Ayuda a la Drogodependencia Proyecto Hombre

Celebramos un año más de colaboración con Proyecto Hombre con novedades, ya que incorporamos a la Clásica Carrera Litoral Holiday World, la celebración de la 1ª Media Maratón a beneficio de la Fundación.

Fundación Cudeca

Cudeca es una fundación sin ánimo de lucro cuya misión es ofrecer cuidados y asistencia especializada a enfermos de cáncer en fase no curativa y apoyo a sus familias, en la provincia de Málaga.

Grupo Peñarroya participó en 2019, el 28 de Julio, en la celebración de la Cena de Gala a beneficio de Cudeca.



05



06

Fundacion Mozambique Sur

Grupo Peñarroya colabora anualmente a través de una dotación económica con esta Fundación creada en el año 2005 en Madrid por un grupo de profesionales españoles, entre ellos la malagueña Rocío Moya, nexo de unión con el Grupo, con el propósito de acompañar a 35.000 personas del medio rural del sur de Mozambique en un proceso de transformación hacia la erradicación de la pobreza.

Art Meeting Point

Proyecto de arte rescatado en 2019 con el objetivo de servir de vehículo de promoción de la nueva marca " HW " bajo la óptica del talento de 4 artistas ya reconocidos y seleccionados para trabajar en esa línea. Además, se creó una convocatoria pública a través de la plataforma online " Talents United " a la que concurrieron artistas que presentaron en versión 2D y 3D la nueva imagen de marca Holiday World.



07

Participacion en Foros Empresariales

Grupo Peñarroya ha patrocinado y tomado parte a lo largo de 2019 en distintos foros y eventos empresariales:



Cátedra Peñarroya de Turismo Costa Del Sol

San Telmo Business School lanzó en 2018 la Cátedra Peñarroya de Turismo Costa del Sol, como centro académico que permitirá investigar y proponer a los protagonistas del sector, elementos prácticos y operativos que les ayuden a mantenerse a la vanguardia y consolidar la Industria del turismo en la Costa del Sol.

Esta Cátedra nació junto al apoyo del Grupo Peñarroya, principal patrocinador de esta iniciativa. Del mismo modo, junto a la dirección ejecutiva y académica de la "Cátedra Peñarroya de Turismo Costa del Sol", se cuenta con un órgano colegiado, el Consejo Asesor, que asesora y recomienda líneas de investigación y ayuda a definir las actividades y el desarrollo de la Cátedra



Cátedra Mujer, Empresa y Sociedad

Grupo Peñarroya continúa en 2019 con su labor como parte del Consejo Asesor de la Cátedra "Mujer, Empresa y Sociedad", y ostentando la Presidencia de la misma, en la persona de la Directora General Hotelera, M^a Francisca Peñarroya.

Objetivos de la Cátedra:

- Fomentar la participación de la mujer en los puestos de dirección.
- Trabajar con las personas que forman parte de la dirección de las instituciones, las empresas y los medios, para concienciarles de la importancia de la cocreación de la sociedad por parte de mujeres y hombres, y el valor añadido que se consigue al fomentar la contribución de la mujer.
- Conseguir que las mujeres empresarias y directivas tengan mayor visibilidad y así crear referentes.
- Lograr que las políticas de las empresas faciliten a mujeres y hombres tener una contribución valiosa a nivel profesional y a nivel personal y familiar.





Foro RSE Málaga

El objetivo general del Foro RSE Málaga al que Grupo Peñarroya pertenece como uno de los miembros fundadores, es identificar retos comunes y proyectos conjuntos de Responsabilidad Social Empresarial que, bajo una metodología basada en la participación y la colaboración de todos sus integrantes, refuerce el compromiso del entramado de empresas socialmente res-

ponsables de la provincia de Málaga.

Este 2019, hay que destacar el reconocimiento a esta iniciativa público-privada que se hizo por parte de la CEA, otorgando al Foro de Empresas Socialmente Responsables de Málaga y a la Diputación Provincial de Málaga, el IX PREMIO CEA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.



Mesa de Turismo

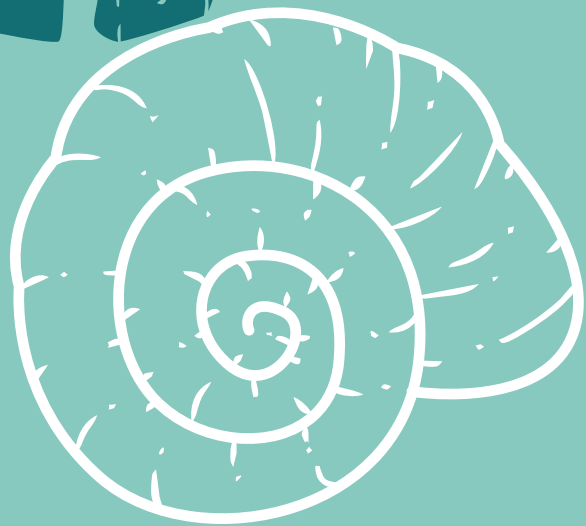
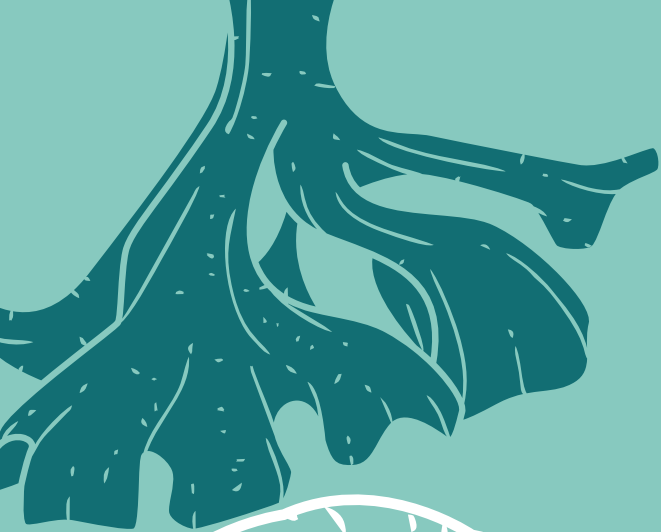
Marifrancis Peñarroya, Consejera Delegada y Dtra. General División Hotelera forma parte de la Mesa de Turismo de Benalmádena. En ella se reúnen representantes de la administración pública y empresarios del sector turístico en Benalmádena 2 o 3 veces al año.

Su labor tiene como objetivo el representar a los empresarios hoteleros de Benalmádena y trabajar en la estrategia del destino Benalmádena para posicionar su marca en la oferta de destinos turísticos lo que implica, entre otros, trabajar en el diseño de infraestructuras acordes y la promoción propia del destino.

Club de Marketing Malaga:

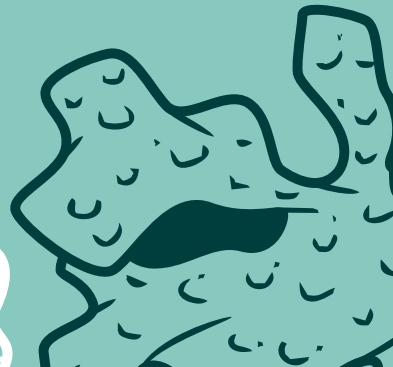
Grupo Peñarroya formó parte del Jurado en la Categoría "Mejor Acción de RSC" en la XI Edición de los Premios de Marketing de Málaga, el 17 de Octubre de 2019.





08

Dimensión ambiental



En línea con nuestro propio Modelo de Gestión Medioambiental, impulsamos el desarrollo de prácticas que contribuyan a una gestión eficiente y responsable de los impactos de nuestra actividad. Impulsamos la movilidad sostenible , acercando a nuestros clientes esta tendencia para incrementar su nivel de sensibilización y fomentar conductas responsables con el medioambiente desde nuestros hoteles.

En nuestra gestión, la reducción del impacto medioambiental, la sostenibilidad y el respeto por el entorno están presentes, desde el inicio, en nuestros proyectos hoteleros para contribuir a la lucha contra el cambio climático. En 2019, en línea con nuestro plan de digitalización y la optimización de procesos, hemos buscado soluciones innovadoras para monitorizar y digitalizar los datos de consumo de todas nuestras fuentes de energía y agua.



Iniciativas estratégicas

2019

01

En 2050 necesitaremos tres planetas para mantener nuestro consumo actual.

**Reciclando,
damos un nuevo uso
a objetos destinados
a convertirse
en residuos**



Economía circular y consumo responsable “El cambio que deja huella”

Uno de los grandes retos medioambientales del siglo XXI es acabar con la plaga de plástico que inunda los mares. La Unión Europea pretende ponerse a la cabeza de esta lucha y no permitirá la venta de bastoncillos de los oídos, pajitas y cubiertos de plástico, entre otros productos de un solo uso. Estos objetos están entre los 10 residuos que con más frecuencia se encuentran en las playas europeas. Y las instituciones de la UE han cerrado en un tiempo récord un acuerdo para vetar su comercialización. Ahora los países disponen hasta 2021 para trasladar esta directiva a su legislación.

HW ha alineado su estrategia de eliminación de productos de plástico de un solo uso y su reemplazo gradual por otros materiales biodegradables o compostables con los ODS 13 y 14 en la lucha contra el cambio climático y la contaminación de nuestras costas y mares, y será implementada durante este año en todas las instalaciones del complejo, desde las habitaciones hasta los principales puntos de venta (Bares, Restaurantes, Tiendas).

Holiday World ya ha empezado su batalla contra el plástico eliminando amenities de plástico de todas sus habitaciones, reduciendo casi todas las monodosis de un solo uso en restauración y eliminando en un 100% en el caso del Beach Club, vasos de plástico para bebidas frías y calientes, paletinas de café, platos y cubiertos de plástico y pajitas.

En el resto de hoteles se ha comenzado eliminan-

do vasos para bebidas calientes, vasos para refrescos, paletinas de café y pajitas, por lo que el porcentaje se sitúa en un 70%. En 2020 debe representar el 100%.

No obstante, la reducción del consumo de plástico no va a evitar que tengamos que seguir reciclando este material, así como el material compostable y biodegradable por el que ha sido sustituido.





Nos adherimos a Mares Circulares, programa de limpieza de costas y fondos marinos de Coca Cola, en el año 2019 para, junto a un partner de referencia, impulsar acciones de voluntariado con enfoque medioambiental. Así, el 18 de Octubre de 2019 participamos en la Limpieza de la Desembocadura del Guadalhorce.

De este modo, y de la mano de partners de negocio significativos, extendemos nuestro compromiso por la protección del medioambiente y contribuimos a sensibilizar a nuestros principales grupos de interés, trabajadores, clientes y colaboradores, en la necesidad de combatir el cambio climático y proteger los entornos naturales, esenciales para el desarrollo de un turismo más sostenible y responsable.



02

Iniciativa “paper less”

En línea con la transformación digital de la organización y la optimización de procesos tanto operativos como corporativos, se han implantado las siguientes herramientas:

- La digitalización de todos los procesos de mantenimiento, recepción y pisos, permitiendo la desaparición del papel para estos procesos y la reducción en general de un 30% del consumo de papel.
- Document Capture: Nuevo sistema digital de registro y aprobaciones de facturas que entró en vigor el 01/04/19.
- Digitalización Integral del Control de Instalaciones y Suministros implantado esta temporada y que va a permitir entre otras cosas, una reducción de un 10% los consumos y por consiguiente las emisiones de CO2 a la atmósfera (reducciones de hasta 75.000 Kg CO2/kW año en HW).

Movilidad sostenible

Impulsamos la movilidad sostenible, acercando a nuestros clientes esta tendencia para promover conductas responsables con el medioambiente desde nuestros hoteles. Ofrecemos Puntos de Recarga de vehículos eléctricos así como alquiler de todo tipo de vehículos eléctricos (coches, bicicletas, patinetes). A nivel interno, la movilidad interdepartamental para trabajadores está incorporando motos eléctricas para el desplazamiento por el resort.

03



Consumos

HOLIDAY WORLD					
	2016	2017	2018	2019	Dif. 18-19 (m3/kw/hr)
 Ocupación	591.611	612.448	605.185	567.705	
 Agua	1.212.451	1.087.912	1.334.412	1.192.162	-10,66%
 Gas	5.047.242	5.864.114	6.410.968	5.620.493	-12,33%
 Electricidad (Kwh)	9.110.155	9.631.709	12.062.972	10.675.372	-11,50%

Los datos de consumo de energía y agua en 2019 mejoran el histórico anterior debido al menor número de estancias durante el período de apertura anual, lo cual supone una reducción lógica del consumo; sin embargo, propor-

cionalmente la bajada ha sido mayor que el descenso de pernoctaciones, lo que se traduciría en una gestión eficiente de las medidas de ahorro implantadas, independientemente del factor principal de volumen.

Reciclaje

La Comisión Europea ha establecido como objetivo aumentar el reciclado y/o reutilización de residuos urbanos hasta el 70% en 2030 y reducir la generación de residuos de alimentos en un 30% en 2025. Por ello, tanto en nuestros hoteles como en las

Oficinas Centrales trabajamos en la minimización de los residuos que generamos y en su correcta segregación para su recogida selectiva, facilitando su gestión responsable vía municipal o empresa gestora autorizada. Estos son nuestros datos 2018.

vidrio

2019	37 toneladas
2018	45 toneladas



papel

65 toneladas	2019
63 toneladas	2018

aceite

2019	9.025 litros
2018	7.100 litros



pilas

49 kilos	2019
71 kilos	2018

plásticos

2019	19 toneladas
2018	7 toneladas



aparatos

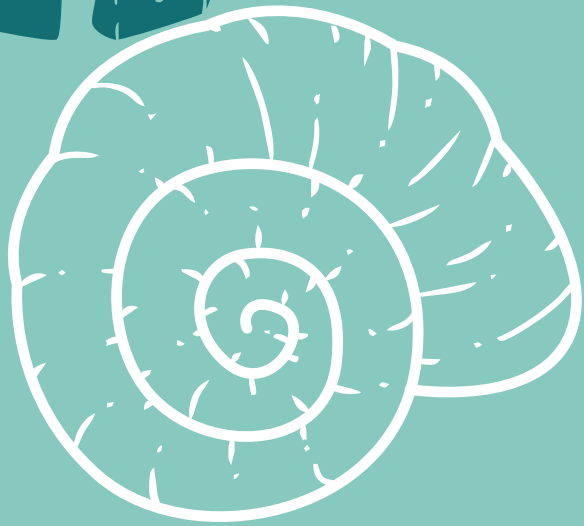
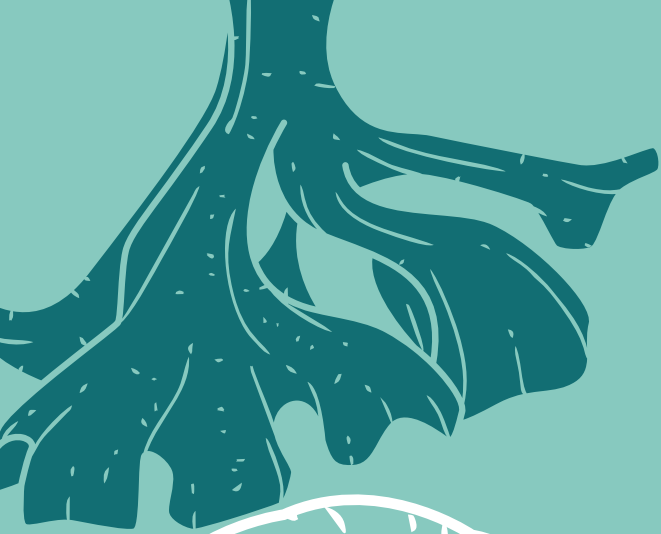
510 kilos	2019
835 kilos	2018

Huella de carbono

Cálculo huella de carbono (kgCo2/kWh)							
	2016	2016/2017	2017	2017/2018	2018	2018/2019	2019
kgCo2/kWh x ocupación	2,96	-0,32%	2,95	27,9%	3,77	-5,89%	3,55
kgCo2/kWh	1.748.355	3,19%	1.804.143	26,38%	2.280.112	-11,71%	2.013.022

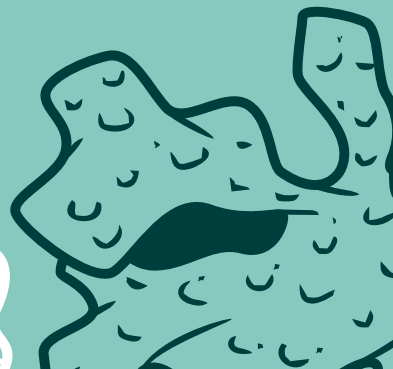
Según el Ministerio de Transición Ecológica: la huella de carbono identifica la cantidad de emisiones de CO2 y otros gases de efecto invernadero que son liberados a la atmósfera.

Este dato que es utilizado como indicador del impacto ambiental de nuestra actividad y su repercusión sobre el cambio climático, ha mejorado en 2019 el acumulado anterior, por lo que seguiremos trabajando en medidas de reducción.



09

Premios, certificaciones y reconocimientos





2019. IX Premio CEA DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL otorgado al Foro RSE del que GP es miembro.



2019. Renovación Gold Travelife Sustainability System.



2019. Renovación Sello EFR Excelencia, Nivel A

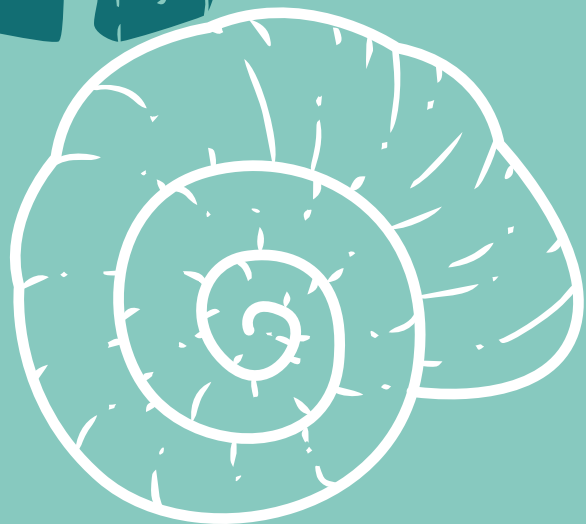
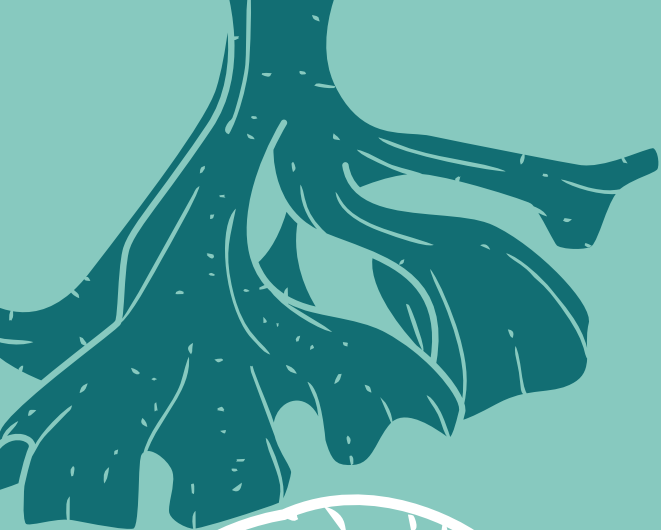


2019. Renovación en primer Seguimiento Sistema de Gestión Integrado de Calidad y Medioambiente según ISO 9001/14001: 2018.



2019. Compromiso de Calidad Turística en Destino (SICTED).





10

Informe



El presente Informe recoge la 5ª Edición de la Memoria de Sostenibilidad de Grupo Peñarroya en la que se incluyen la actividad y principales resultados del Grupo en el ejercicio 2019.

La identificación de los asuntos materiales se ha hecho en base a un análisis del contexto actual, combinando temáticas relacionadas con el negocio y su visión estratégica, criterios ambientales, sociales y de gobierno, análisis de tendencias globales y sectoriales, los

estándares del Global Reporting Initiative (GRI) y la propia Agenda 2030 de Naciones Unidas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Esta Memoria, al igual que en anteriores ediciones, se ha elaborado con la implicación y participación de los responsables de las áreas de negocio y del diálogo con los grupo de interés, lo que permite alinear lo reportado con los aspectos relevantes para éstos y así responder a sus expectativas.



**“Crear un negocio fuerte y
construir un mundo mejor no
son metas contradictorias:
ambas son ingredientes
indispensables para el
éxito a largo plazo”.**

**William Clay Ford Jr.
Ford Motor Company**





Peñarroya

+34 952 21 05 20
sostenibilidad@penarroya.com

penarroya.com