



Peñarroya

Memoria de sostenibilidad

2020



índice

01

Introducción

02

Mensaje De La Presidenta

03

Gobierno Corporativo

04

¿Quienes Somos?

05

Compromiso con nuestros grupos de
interés

06

Dimension Economica

07

Dimension Social

08

Dimension Medioambiental

09

Premios y Reconocimientos

10

Informe



01

Introducción

01

Introducción

De todos los sectores económicos, el turismo ha sido el más afectado por la COVID-19. El turismo mundial registró en 2020 el peor año, con una caída del 74% de las llegadas internacionales y mil millones de llegadas internacionales menos que en el año anterior, según los datos de la Organización Mundial del Turismo.

A pesar de un breve repunte estival, las llegadas internacionales en Europa descendieron en el año un 70%. La actividad en España también se redujo a su mínima expresión. Según el Instituto Nacional de Estadística, el año pasado se desplazaron a España 19 millones de extranjeros, lo que representa un descenso del 77,3%. En todo el año, tan solo 1,4 millones de extranjeros llegaron a España por viajes profesionales y de negocios, un 74,9% menos que el año anterior.

El ejercicio ha sido una montaña rusa plagada de descensos vertiginosos y casi sin ascensos. Los dos primeros meses, todavía libres del efecto de la pandemia, ya se anotó una bajada acumulada del 0,17% respecto a 2019. Es decir, en negativo, pero con valores muy altos, casi al nivel del año récord. Sin embargo, a partir de marzo la caída fue constante. Esta debacle del sector tiene un efecto notable para la economía del país. De hecho, en 2019 el turismo representaba más de un 12,4% del producto interior bruto de España, mientras que el año pasado se redujo su peso hasta poco más de un 4%.

Una paralización tan drástica y prolongada de un sector tan estratégico ha supuesto una auténtica catástrofe. Es necesario diseñar una estrategia transversal de transformación y gradual reposicionamiento turístico del país hacia un modelo desestacionalizado, alineado con los grandes retos globales de la digitalización y el cambio climático, y que garantice un crecimiento sostenible social, económica y ambientalmente





02

Mensaje de
la presidenta



02

Mensaje de la Presidenta

Este 2020 las empresas y los directivos hemos tenido un papel determinante en la batalla sin precedentes, contra la enfermedad del coronavirus. Ni en las peores pesadillas nos hubiésemos imaginado esta situación. Estamos en un momento singular: de crisis económica profunda y de transformación acelerada del entorno. Un entorno que, a buen seguro, será muy diferente del que hasta ahora conocíamos. Porque esta pandemia no es una crisis cualquiera, es una crisis transformadora. Las empresas tenemos la responsabilidad de dar lo mejor de nosotros mismos, con el objetivo de crear una sociedad más próspera y más justa.

Hay que destacar el importante impacto de la crisis sanitaria del COVID-19 en un momento en el que la economía malagueña, en línea con su entorno, mostraba un restablecimiento socioeconómico muy razonable, especialmente en la recuperación del empleo y el impulso turístico.

En el primer trimestre de 2020, sin embargo, esta trayectoria se vio truncada por la emergencia sanitaria.

En este contexto, la capacidad de respuesta de las empresas malagueñas y andaluzas ha quedado claramente demostrada, así como su compromiso social y su voluntad de diálogo. A los empresarios se nos ha considerado como “los sanitarios de la economía”, indicando que la empresa ha funcionado, en el transcurso de este último ejercicio, como un auténtico escudo social.

Sin embargo, para “volver a la normalidad de siempre”, es necesario, más que nunca, poner a la empresa en el centro de las políticas económicas y sociales, recordando que hacen falta ante todo certeza económica, certidumbre jurídica y racionalización normativa, o lo que es lo mismo: estabilidad institucional y entornos de confianza.

Desde las empresas se necesitan con urgencia la llegada de los Fondos Europeos de Recuperación, la reforma integral de nuestro sistema tributario y fiscal, implementar medidas efectivas para impulsar el crecimiento empresarial, mejorar la regulación, agilización de trámites administrativos y adecuar la forma-

ción a las necesidades actuales de nuestras empresas, con mayor presencia de la innovación y la tecnología.

Creo que este año los efectos de la pandemia van a suponer una parte importante de las discusiones. Es nuestra principal prioridad a corto plazo. Si no superamos este jaque mate, no tiene sentido hablar de futuro. Pero no debemos perder de vista el horizonte. Es también nuestra obligación. Hemos avanzado en años anteriores en la digitalización, en la lucha contra la estacionalidad y en la importancia de cooperación público-privada en la comercialización de los destinos.

Viene otro reto por delante. Si los vuelos low cost significaron la explosión del turismo, ¿cómo va a afectar la nueva situación, el encarecimiento de los costes, los cambios a corto plazo en el comportamiento del consumidor?. El mundo puede ser menos global, por motivos como el encarecimiento de los transportes. Creo, que en la globalización no hay EverGreen ni Covid que la pare, pero sí que es cierto que será diferente. Si el año pasado hablábamos del cambio en el comportamiento del consumidor que buscaba un producto más personalizado y que teníamos que dárselo, esta situación no hace más que incidir en este tema. Las redes sociales y la fidelización del cliente, el big data y el trato personal...

Hotusa ha hecho un sondeo entre 1500 profesionales de las agencias de viajes, según el cual, el 73% de los clientes hoteleros tendrá en cuenta que los hoteles tengan medidas que minimicen el contacto estrecho y que sean respetuosos con el medio ambiente y el entorno local. Ratifica lo que tratamos en ocasiones anteriores sobre servicios turísticos, pero añade el tema de la reducción al máximo de los contactos estrechos. ¿Es extensible a todo el sector?

También creen que se recuperarán los viajes de negocio aunque a un nivel diferente al de antes y con una mayor demanda de elementos tecnológi-

cos. Miremos la llegada del teletrabajo como una oportunidad.

Vamos a seguir la máxima de que las grandes crisis son momentos de oportunidades. Persigamos la excelencia, traigamos turismo de calidad que mejore el valor añadido.

Qué poco hablamos del Brexit y sigue estando ahí, superado por la pandemia, pero ahí. Creo que, en principio, no va a suponer un gran problema con la que está cayendo.

Comparto la creencia de que se van a desarrollar dos tipos de tendencias en los hábitos de viajar. La creciente población jubilada dispondrá de más tiempo y los jóvenes querrán vivir las experiencias en periodos más breves. Estos dos grupos de población, estarán afectados por las dificultades financieras por las que atravesarán, y sus dudas sobre los ingresos futuros.

La incertidumbre es el peor de los escenarios en economía y vaya que la tenemos. La amenaza que sufríamos de una tasa especial ecológica al transporte aéreo, viene acompañada ahora de una subida generalizada de ciertos impuestos.

Esperemos que la voracidad fiscal que nos anuncian no se fije en el sector. Cualquier impuesto, sólo aumentaría nuestros problemas de competitividad y puede afectar a la búsqueda del cliente de valor añadido. Todo el mundo hablaba de la turismofobia y ahora echamos de menos a los visitantes. ¿Cómo se puede evitar que vuelva a suceder?, ¿se podrían aprovechar las ayudas europeas para mejorar los movimientos internos?

El sector necesita ayuda. Necesitamos mantener el soporte mínimo vital en el ámbito laboral y fiscal, pero no nos olvidemos del financiero (demasiados meses sin ingresos y una carga cada vez mayor).

Hay que evitar costes fijos de energía o abrir las fronteras de verdad, con las garantías necesarias. Las administraciones, tienen que involucrarse todavía más si cabe en la comercialización.

Hay que repensar la estrategia orientada a la innovación y la sostenibilidad, y aprender de los errores que cometimos en la crisis anterior.

No obstante, lo anterior, me gustaría cerrar mi reflexión de forma positiva, y destacar que a pesar de la situación que vivimos desde 2020, mi padre, Cristóbal Peñarroya, fundador de la empresa, recibió el PREMIO DIARIO SUR MALAGUEÑO DEL AÑO DENTRO DEL SECTOR TURISTICO, y el VII PREMIO ANDALUCIA INMOBILIARIA en la categoría de trayectoria empresarial, reconocimientos que nos animan a seguir trabajando por y para el Turismo.

Firma:



Josefa Peñarroya Espíldora
Presidenta Grupo Peñarroya



índice



03

**Gobierno
corporativo**

Consejo de Administración

Nuestro modelo de Gobierno Corporativo define nuestras pautas de actuación y comportamiento, contenidas en el cuerpo normativo interno y en nuestro Código de Conducta.

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 2020 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^ª. Ana M^ª. Peñarroya Espildora

D^ª. Francisca Peñarroya Espildora

D^ª. Monica Peñarroya Espildora

Secretaria:

D^ª Inmaculada Atencia Robledo



Durante el ejercicio 2020, se activó la creación de un Comité de Gestión COVID-19, para la gestión de situaciones excepcionales (en este caso, el COVID-19). Las decisiones tomadas en este comité han combinado las necesarias reflexiones en relación al impacto de la crisis en el negocio y la operación así como las medidas sanitarias, de seguridad y salud que la organización debía acometer.

Durante la pandemia, se ha incrementado notablemente el reporte y comunicación al Consejo de Administración. En este sentido, la Consejera/ Directora General Hotelera ha informado semanalmente sobre las medidas adoptadas por el equipo de gestión en el marco de la crisis COVID-19, así como del plan de contingencia adoptado por la organización.

Aunque 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 ejercicio, en 2020 la pandemia

obligó a modificar calendario y contenido prioritario para abordar la situación de crisis.

Enmarcado en el Modelo de Cumplimiento, nuestro Sistema de Prevención de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas, contribuye a prevenir la comisión de delitos penales en el seno de la organización. Su revisión tiene carácter anual y se estructura del siguiente modo:

- Comité de Cumplimiento/ Compliance Officer
- Además, contamos con un Órgano colegiado de Control Interno, que actúa como máximo responsable de la aplicación de los procedimientos de control interno destinados a prevenir la prevención del blanqueo de capitales en la actividad de cambio de divisa.

Fruto de este ejercicio, y en base al resultado de las auditorías realizadas, en 2020 no hemos detectado ninguna práctica que pudiera ser constitutiva de infracción penal dentro de la organización.



#AhoraMásQueNunca



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 acercarles 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

Como consecuencia de las excepcionales circunstancias ocurridas tras el inicio de la pandemia global (COVID-19), que afectó a todo nuestro entorno, el Grupo implementó diferentes medidas y planes para adecuar el negocio y asegurar su sostenibilidad, con el objetivo de minimizar los costes durante los cierres de hoteles, preservar la liquidez para atender las necesidades operativas y asegurar que la reactivación de

la actividad hotelera se llevara a cabo de forma eficiente y bajo la premisa de las máximas garantías en materia de salud y seguridad.

En este contexto y teniendo como premisa el compromiso con los Principios del Pacto Mundial de la ONU y la Agenda 2030, Grupo Peñarroya / HW adoptó, en tiempo récord, las siguientes medidas entre sus principales partes interesadas:

01

Creación de un Gabinete de Crisis

La actitud y liderazgo de la Alta Dirección son fundamentales para marcar el rumbo de la organización y que clientes, accionistas, proveedores y empleados perciban que están en las mejores manos para superar cualquier dificultad. Este equipo trabaja la estrategia y los objetivos del plan de emergencia, garantizando que se toman las decisiones de la manera más rápida y acertada posible.

También tiene como objetivo, evaluar los puntos fuertes y débiles de la empresa y de sus profesionales para ajustar procesos en momentos de crisis.



02

Creación de un entorno de trabajo seguro

Limitando la exposición de los trabajadores al coronavirus a través del refuerzo de medidas de prevención y protección, como son la entrega de EPIS, reconocimiento facial de acceso, y la información y formación al trabajador, tanto presencialmente a través de la empresa de Prevención y el Departamento de Personas y Valores, como virtualmente, a través del Canal Médico DKV (Médico en Casa).



#QUÉDATEENCASA

quédate en casa.

03

Mantenimiento del empleo a través de la implantación de un entorno de trabajo digital flexible

Nuestra estrategia de digitalización nos ha permitido anticiparnos y adaptar la situación actual de forma inmediata, potenciando el teletrabajo y la conexión remota al 100% de nuestro equipo. Hemos priorizado su seguridad y salud eliminando todas las reuniones presenciales.

Continuamos actualmente desarrollando nuestra actividad y reuniones de Grupos de Acción en remoto, con conexión online a través de plataformas multimedia.

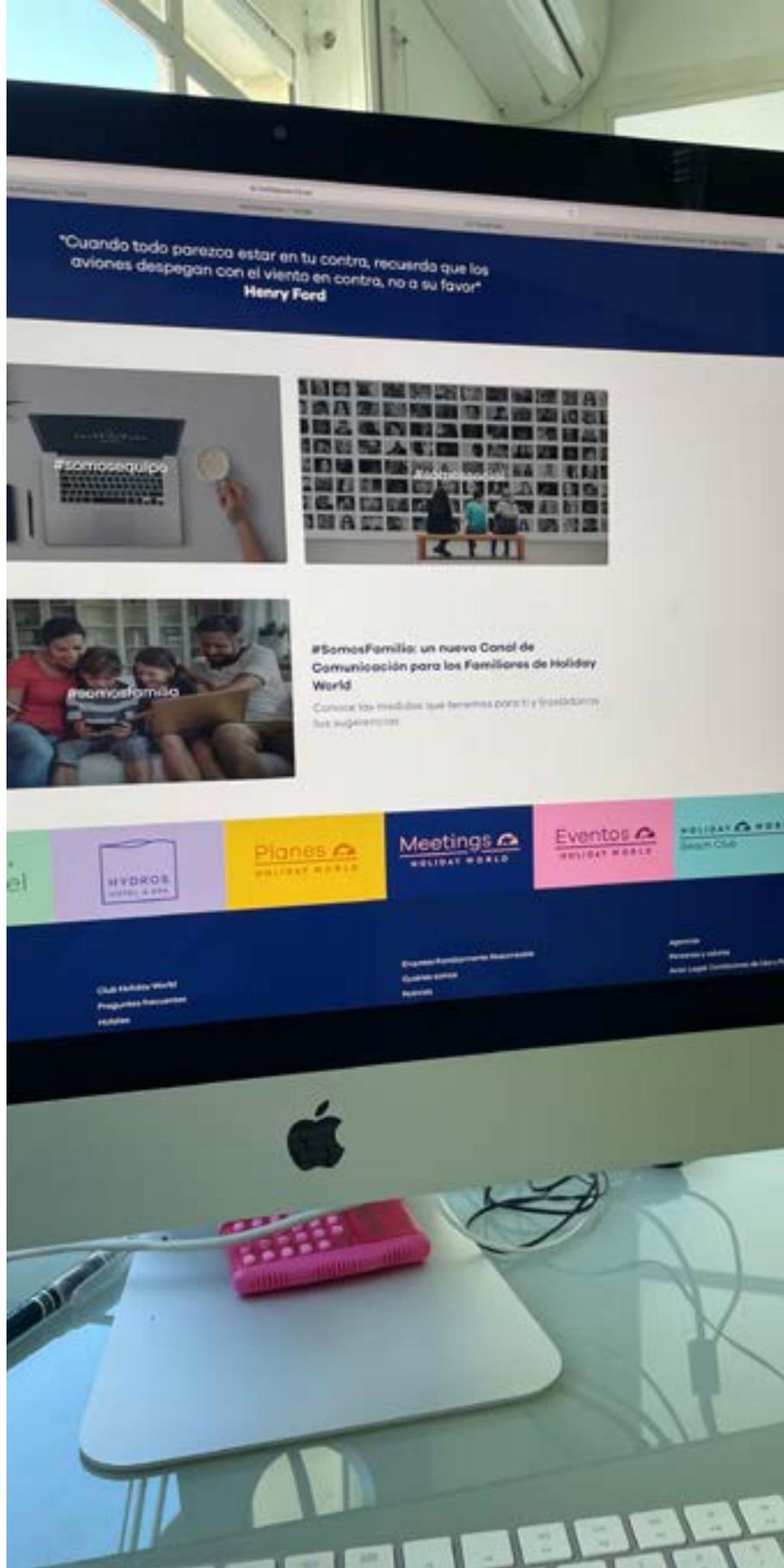
04

Plan de comunicación Interna Covid-19

Creación de un plan de comunicación y de clima laboral específico en tiempos de coronavirus dentro de la estrategia de comunicación interna con el objetivo de mantener informados y mostrar cercanía con todos los trabajadores (independientemente que estén activos o no).

Se divide en 4 canales que serán complementados con otras acciones dentro del marco RSC:

- Canal Salud (canal médico online / Médico en casa)
- Canal laboral (asesoramiento laboral desde casa) que nos ha permitido reducir al mínimo el contacto con el trabajador.
- Canal Formación (oferta de formación desde casa)
- Canal Todos (comunicación personalizada con el trabajador)





05

Plan de apoyo a los Grupos de Interés

PROVEEDORES:

Trabajamos en acciones que impulsaran la resiliencia de nuestra cadena de valor, a través de la flexibilidad y adaptación de servicios y cuotas a la situación actual, con el objetivo de apoyar la continuidad de las empresas.

Nuestro sistema de Homologación de proveedores abarca niveles altos de exigencia (calidad de producto y compromiso con medioambiente y trabajadores), por lo que pusimos en valor aquellos colaboradores que destacaran por su gestión del Covid-19.

CLIENTES:

Priorizamos la protección y seguridad de su salud a través de estrictos protocolos de limpieza y desinfección antes del estado de alarma y hasta la salida del último cliente, cerrando hoteles sin incidencia alguna cuando la pandemia estaba en pleno auge. Contamos con procesos certificados que garantizan altos estándares en controles y protocolos sanitarios en los diferentes departamentos (#SAFEHOLIDAY). A través de ello, pusimos en valor nuestros amplios espacios.

El resort cuenta con una gran superficie de 400.000 m² de los cuales solo la mitad está ocupada por los hoteles, el resto cuenta con muchas zonas verdes, espacios al aire libre. Cada hotel dispone en su interior, de grandes habitaciones (70 m², terraza incluido) y numerosos espacios para zonas comunes y servicios.

Además se trabajó en la adaptación de los procesos operativos que afectan a clientes con el objetivo último de evitar aglomeraciones (check-in express, Espacios de Alimentación & Bebidas adaptadas a un determinado aforo controlado por conteo digital, normas de uso de locales y espacios comunes para respetar la distancia de seguridad, Sistemas de desinfección por nebulización y rayos ultravioleta para purificar el ambiente.

06

Plan de continuidad de negocio

Parte de nuestra responsabilidad social pasaba por mitigar los efectos económicos de esta crisis sin precedentes, por lo que hubo que adoptar medidas día a día a todos los niveles de la organización, para garantizar el futuro de nuestro proyecto empresarial y de las personas que hoy lo forman:

- 1) Política Económica de Contención y Priorización de Gastos de Tesorería: Que incluye un recorte de gastos de un 33% entre el Consejo de Administración y Accionistas.
- 2) Reducción de la DPO.
- 3) Gestión de la Financiación con cargo a los Fondos ICO.
- 4) Medidas para garantizar liquidez frente a las principales partes interesadas, planificando con forecast.
- 5) Capex: Gran parte de las inversiones fueron paralizadas excepto aquellas legalmente requeridas o en una etapa muy avanzada.
- 6) Plan de Desinversión de Activos no estratégicos.

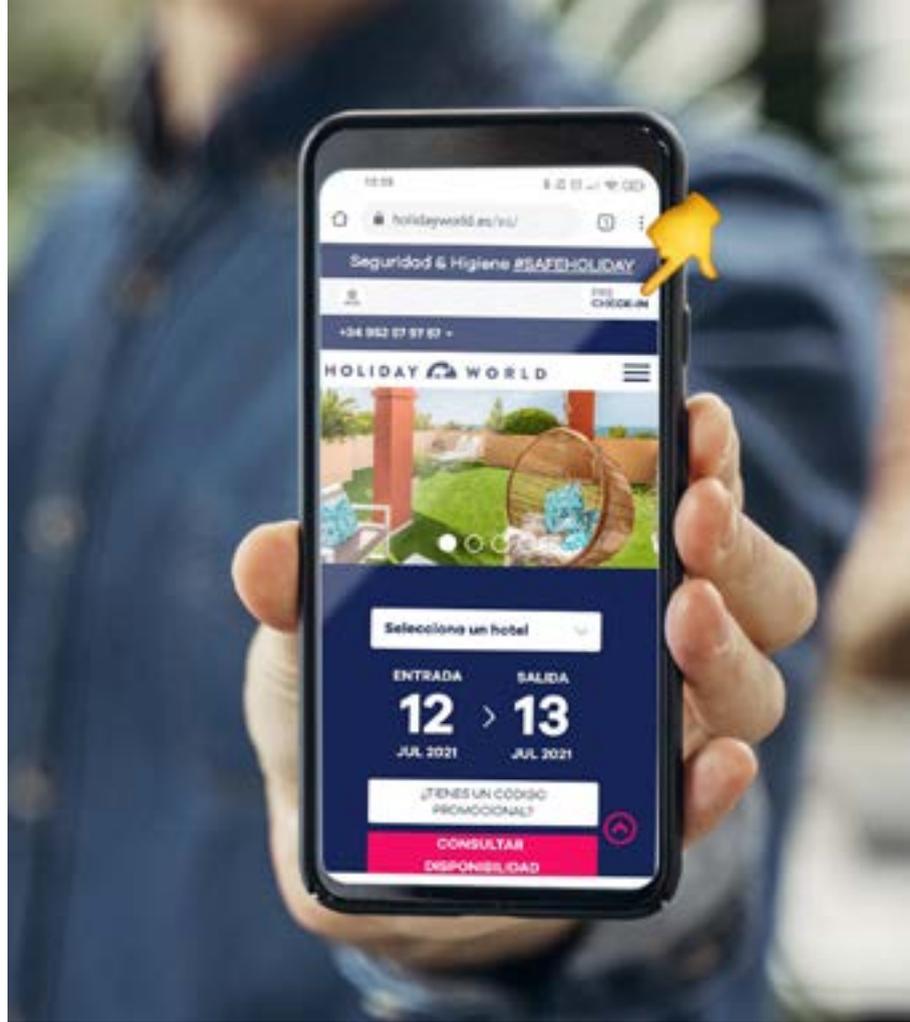


07

Digitalización de la estancia

Durante 2020 hemos adaptando nuestros hoteles a los retos y necesidades que nos ha planteado la pandemia. En este contexto hemos desarrollado una serie de proyectos para mejorar la experiencia de nuestros clientes gracias a la webapp de Holiday World, donde los clientes pueden encontrar toda la información disponible sobre el hotel y realizar gestiones como reserva de restaurantes, Spa, consulta de actividades de animación...evitando el contacto físico.

- También se ha trabajado en esta línea con:
- Tecnología para el control de aforos
 - Un Nuevo control de acceso Wifi directo y gratuito para clientes.



08

Apuesta por los ODS

Apoyándonos en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en este año tan importante, ha cobrado mayor valor nuestra apuesta estratégica por la Responsabilidad Social Corporativa.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Holiday World

864



3492



En cifras

Holiday World Village (2004)

360



1460

Holiday World Polynesia (2009)

328



1312

Holiday World Riwo (2004)

148



592

Hydros Hotel & Spa (2010)

28



128

Holiday World Beach Club (2004)



9

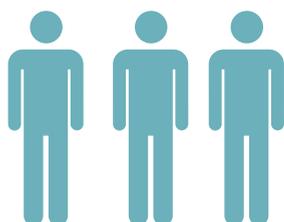


datos de interés 2020

59.383
habitaciones ocupadas



57,7%0
ocupación media anual

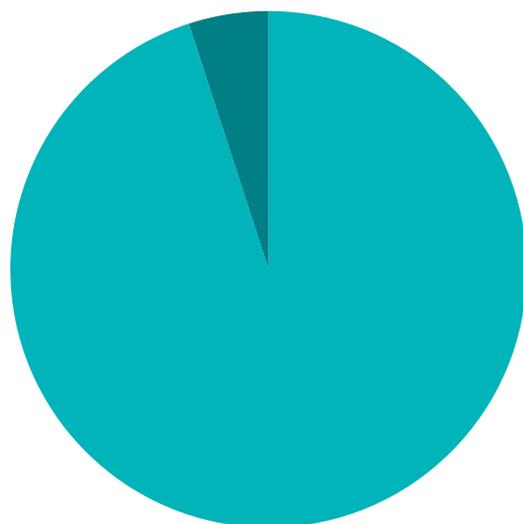


3'10 media de personas
por habitación ocupada



3'43 días
estancia media Hw

Días abiertos 2020 vs 2019: 121,76 días vs 334.84 días.



PRINCIPALES MERCADOS

■ España

■ Internacional



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



05

Compromiso
con nuestros
grupos de interés

Compromiso con nuestros grupos de interés

Para Grupo Peñarroya la comunicación con nuestros grupos de interés es vital para conocer sus necesidades, impresiones y opiniones relacionadas con la actividad hotelera que desempeñamos. Su feedback nos hace mejorar, nos ayuda a definir nuestros objetivos y marcar unos compromisos claros para lograr una hotelería más responsable con la sociedad y el medio ambiente. Con el fin de agilizar y mejorar esta relación, la organización ha creado diversos canales de comunicación y herramientas con las que podemos responder ante ellos de una forma transparente, rápida y eficaz, siempre buscando el equilibrio y el beneficio mutuo.

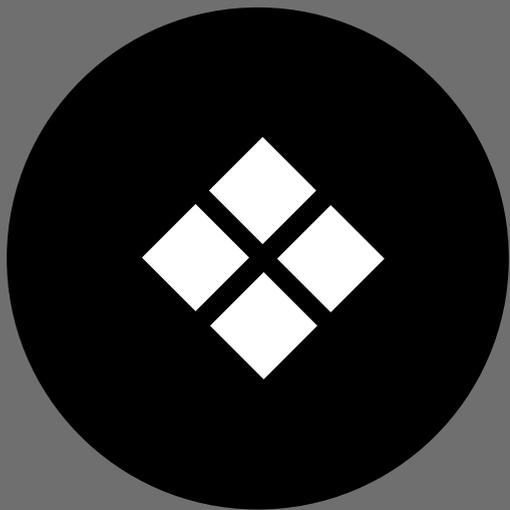
Ha sido durante este año tan excepcional cuando la cercanía a nuestros grupos de interés ha sido activada DE forma especial. La situación nos ha exigido un ejercicio adicional de empatía a la hora de entender el modo en el que reforzar su confianza, desde la proximidad que nos caracteriza y

tomando su seguridad y salud como espina dorsal de todos nuestros planteamientos.

El cierre de todos nuestros establecimientos y la incertidumbre ante la evolución de la pandemia y el impacto económico en nuestros resultados, requería reforzar nuestra comunicación interna y externa para mantener vivo el compromiso con nuestros empleados y la confianza de nuestros clientes.

Diseñamos un Plan de Comunicación con el objetivo de mantener con ellos una comunicación fluida, permanente y transparente a lo largo de todo el año, informándoles puntualmente de la evolución de la propia crisis y del negocio, los avances que, como Grupo, estábamos dando y una información periódica sobre alternativas activadas para nuestros clientes y sobre la situación laboral de la plantilla tras la pérdida de actividad.





01

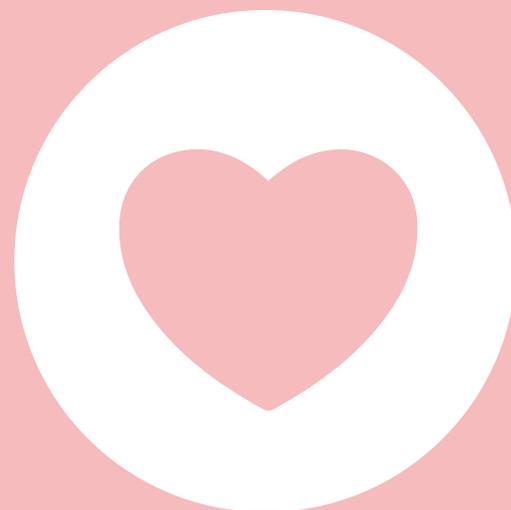
Accionistas

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. En 2020 ha sido una prioridad para la organización, la reactivación del empleo entre los trabajadores de Holiday World.

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 seguros, 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

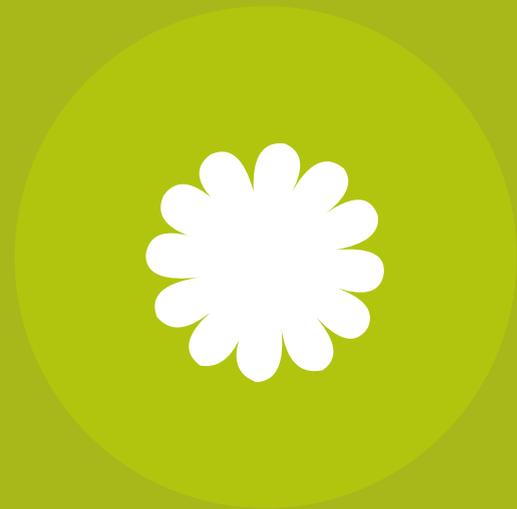
Sociedad

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

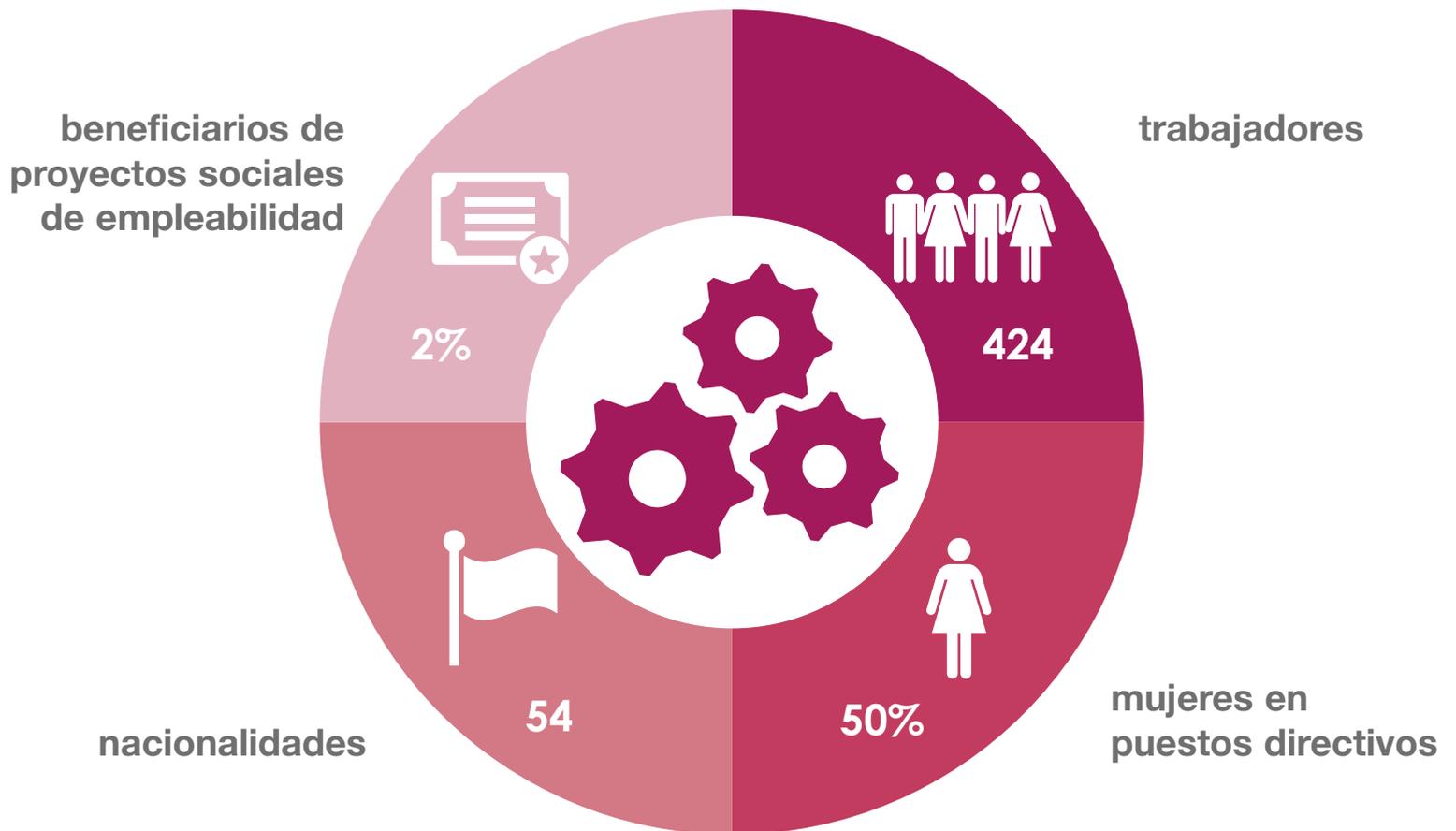
La reputación y credibilidad ante los medios se consigue estableciendo una comunicación abierta, fluida, continuada en el tiempo y bidireccional.



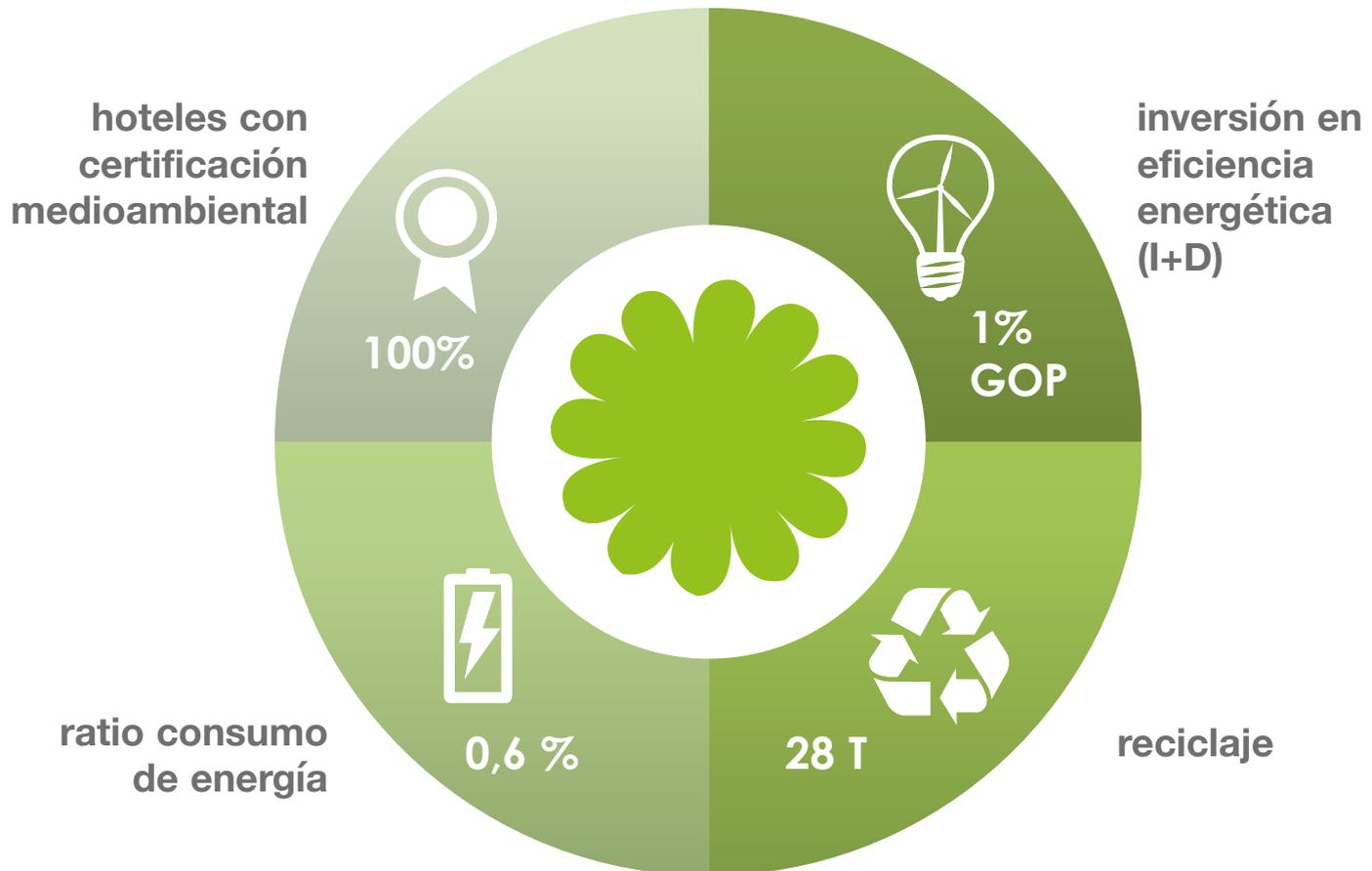
Compromiso económico



Compromiso social



Compromiso medioambiental





06

Dimensión económica

El año 2020 (año Covid) cierra con un desplome turístico sin precedentes. La actividad directa e indirecta cae un -69% respecto a los niveles máximos de 2019. Sitúa en el 4,3%, el peso del turismo sobre el conjunto de la economía española, versus el 12,4% que representó en 2019.

El cuestionamiento sobre el peso del sector turístico en la economía española, realizado en diversas ocasiones a lo largo de 2020 desde algunos ámbitos políticos y académicos, amparado en el debate sobre cómo impulsar un modelo económico de

más valor añadido, ignora muchas funciones clave que desarrolla el turismo en el sistema económico y la sociedad española. Además, soslaya la imposibilidad temporal de sustituir a corto plazo la generación económica y de empleo que induce el turismo, siendo ello especialmente relevante cuando, en este caso, la actividad turística de 2020 se ha retrotraído a los valores de hace 25 años (Fuente: Exceltur).

En este contexto, éstas han sido las cuentas anuales del Grupo:

Grupo Peñarroya (cifras en miles de euros)

	2020	2019	Var%
Ingresos totales	18.906	52.134	-63,9%
División hotelera	10.793	38.519	-72,0%
División inmobiliaria	8.113	13.795	-41,2%
EBITDA	-2.791	6.292	-144,4%
Resultado neto	-6.357	524	-1313%
Incremento ADR %	-3,3%	7,2%	
Incremento RevPAR%	-74,3%	3,9%	

El ejercicio 2020 ha sido un año muy crítico para Grupo Peñarroya marcado por la crisis sanitaria ocasionada por la aparición del virus denominado mundialmente coronavirus (Covid-19). En marzo 2020 el Gobierno decretó el estado de alarma para hacer frente a la expansión del virus; las medidas tomadas han sido tan fuertes que ha provocado una crisis económica causada por las restricciones de movilidad, limitaciones de actividades, etc.

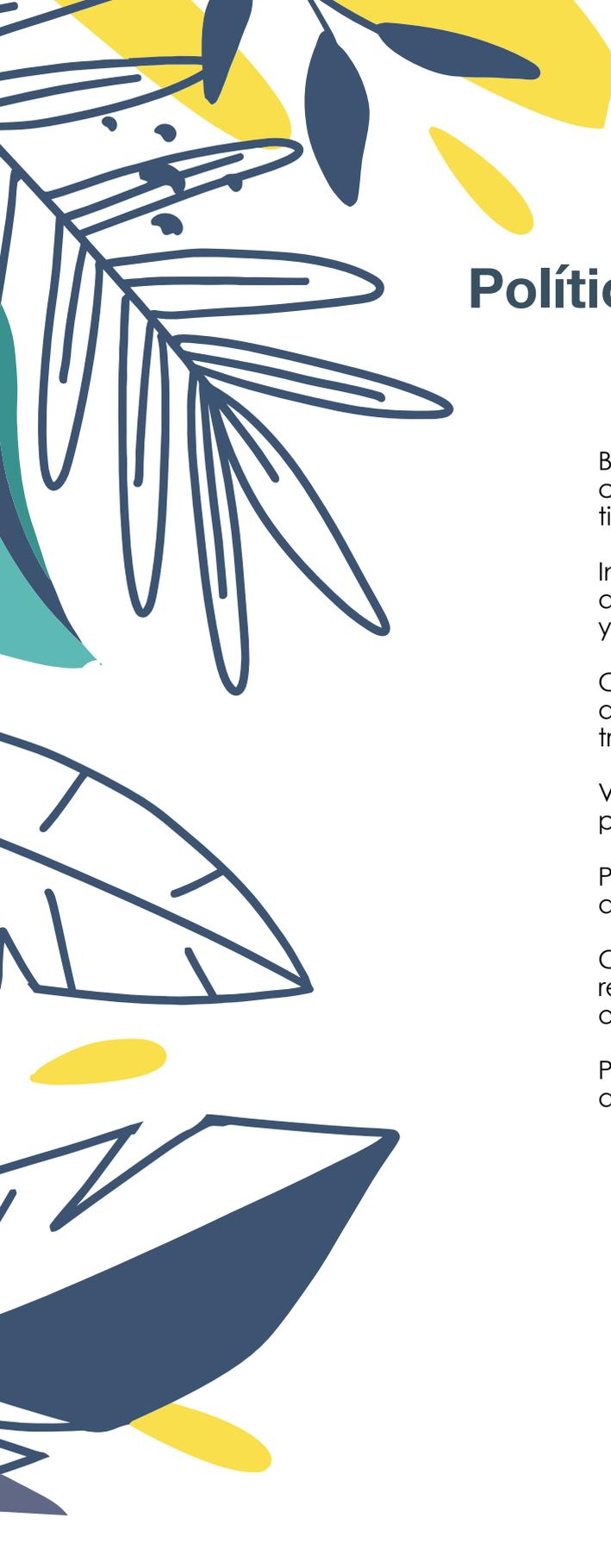
El impacto de esta crisis, en las sociedades de Grupo Peñarroya, ha provocado una minoración en Ingresos totales de un -64%. La división hotelera ha sido muy afectada ya que la apertura de los hoteles fue muy limitada, sólo 2.5 meses de actividad hotelera con un 75% de los hoteles abiertos a una capacidad de ocupación del 50%. Esto ha impactado generando unas pérdidas de ingresos en 2020 frente al año anterior (normal actividad),

de un -72%, generando un EBITDA negativo de -5.5 M€ (año 2019 +0.7 M€) y un resultado neto negativo de -4.4 M€ (año 2019 +0.3 M€).

Al igual la división Inmobiliaria ha visto reducida su actividad provocando minoración de ingresos de -41% respecto a 2019, generando también un menor EBITDA frente al año anterior (2.7 M€ en 2020 vs. 5.6 M€ en 2019) y obteniendo un resultado neto negativo de -2 M€ (año 2019 +0.2 M€), debido a la reducción de las rentas por alquileres post-Covid y la reducción de visitas a los activos susceptibles de arrendamiento.

Ha sido un año muy atípico y de supervivencia económica que no arroja nada más que, una fuerte crisis provocando grandes pérdidas y desequilibrio a nivel económico-financiero para todas las sociedades del Grupo.





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 digitalización de la recogida de encuestas de satisfacción nos aporta múltiples usos en otras áreas de la organización, dada su versatilidad y su excelente compatibilidad con otras herramientas.

La opinión de nuestros clientes es muy importante para nosotros. Estos son los datos recogidos y monitorizados a través de la herramienta de "Guest Intelligence" desarrollada por "Review Pro":

satisfacción media sobre 2.105 valoraciones



Sistemas de gestión

A pesar de lo excepcional de la situación, en 2020 se verificó en segundo seguimiento nuestro Sistema Integral de Gestión de la Calidad y el Medioambiente según las normas ISO 9001 y 14001 en su versión de 2018, manteniendo la certificación otorgada por OCA Cert.

Sin embargo, la apuesta por la prevención y la seguridad y salud de nuestros grupos de interés en este año Covid fue clara: Se implantaron en tiempo récord Protocolos de actuación en todas las Áreas tanto de clientes, como trabajadores y

colaboradores, acompañados de programas formativos, siendo todos estos aspectos auditados y acreditados con el sello "Covid Hygiene-Response" a cargo de Preverisk Group, así como a nivel público, con el sello "Andalucía Segura" otorgado por la Junta de Andalucía.

Para la elaboración de nuestros Protocolos #SafeHoliday hemos contado con el conocimiento de Especialistas Técnicos y Sanitarios, y con el asesoramiento de Médicos y consultores expertos en seguridad ambiental y alimentaria.



#SAFEHOLIDAY

Mascarillas y guantes

/ Masks and gloves



Desinfección del aire

#SafeHoliday



Luz Ultravioleta



Luz Directa



Ventilación Natural

HOLIDAY  WORLD

Tanto las Naciones Unidas como otros expertos en desarrollo sostenible han confirmado que la pandemia del COVID-19 ha tenido un fuerte impacto en la Agenda 2030. Muchos de estos impactos han sido positivos, como es el caso del cambio climático y la biodiversidad. Sin embargo, otros se han demostrado negativos. Entre estos últimos destacan la salud comunitaria o en el incremento de las desigualdades debido a la desaceleración económica mundial.

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.

De ahí que en 2020 inmersos en plena crisis sanitaria, hayamos impactado principalmente en los siguientes ODS:



La salud y seguridad de nuestros grupos de interés ha sido una máxima para nosotros. El contexto actual nos lleva a situarla como una prioridad absoluta:

- Activación Comité de Seguridad y Salud
- Protocolos "Safe Holiday"
- Safe Controllers



Las personas se encuentran en el centro de nuestros planteamientos. Hoy más que nunca apostamos por mantener el empleo de nuestros equipos, apostando por su capacitación continua y el desarrollo de su talento:

- Activación de medidas para el mantenimiento del empleo y para el apoyo y soporte económico
- Adopción acciones de acompañamiento emocional
- Impulso del teletrabajo y digitalización de entornos laborales
- Portal Formativo



Seguimos avanzando en integrar la sostenibilidad y la gestión ética en nuestra cadena de suministro junto a proveedores que comparten nuestros valores y compromisos.



Continuamos impulsando un modelo de gestión hotelero eficiente y responsable tanto en el consumo de recursos como en la minimización de nuestro impacto ambiental.



El diálogo con nuestros grupos de interés es esencial para establecer alianzas estratégicas y para alcanzar objetivos de forma conjunta.



07

Dimensión social

1. 2020: Año Covid

El año 2020 pasará a la historia como el año de la Covid19 y, como no puede ser de otra manera, la actividad laboral se ha visto afectada y por tanto dirigida con acontecimientos inesperados y sin experiencia previa que nos guiara el camino.

La pandemia que actualmente vivimos ha golpeado con especial virulencia a la industria turística y de ocio a la que pertenecemos, obligándo-

nos a llevar a cabo un cierre total en el peor periodo de Estado de Alarma, y parcial en los meses de "Nueva Normalidad".

Vemos importante indicar, previo inicio del informe, las fechas que marcan hitos en el recorrido de Grupo Peñarroya durante el año 2020 para poder entender mejor los acontecimientos acaecidos, las medidas implantadas y los datos de indicadores obtenidos.



2. Liderazgo y cultura

El año 2020 ha sido un año muy fructífero a nivel de transmisión de cultura, valores y liderazgo transformacional. La situación de riesgo sanitario ha activado procesos y programas que han funcionado de palanca para fortalecer nuestra cultura conciliadora de igualdad y diversidad.

Destacamos 7 programas/proyectos que inciden directamente en el Liderazgo y la Cultura:

- Open Mind
- Assessment Center
- Políticas de estabilidad laboral
- #somoscompromiso
- #EstamosConVosotros
- #SegurosContigo
- Flexi-Work

Open Mind: El año 2020 se inaugura con la continuidad del programa "Open Mind" que nace con el proyecto Digitalízate.

Con "Open Mind" trasladamos la implantación del liderazgo transformacional a través de los espacios para los equipos.

En febrero de 2020 se inauguraron:

- Nuevas dependencias de personal: comedor de personal, vestuarios, aseos.
- Espacios comunes de ocio: Conexión Room, Sunny Point.

El proyecto seguirá activo con fecha prevista de finalización en 2023



Assessment Center:

Redefinición del modelo de selección. Se trata de un proceso de incorporación de personal donde los profesionales mostrarán su cualificación mediante pruebas de evaluación de competencias profesionales en formato grupal.

Este proyecto, iniciado pero paralizado por la situación sanitaria, fue concebido con dos finalidades principales: reforzar la selección por competencias y reforzar el liderazgo del mando directo intermedio, por su participación en la fase competencial del proceso de selección de los equipos.

El proyecto sólo pudo llegar a su fase de captación y convocatoria para la primera fase del proceso.

Políticas de estabilidad laboral:

Proyecto destinado a crear estabilidad laboral a través de ampliación de las ratios de contratos fijos y creación de puestos de trabajo. Va dirigido a la creación de empleo directo e indirecto expandiendo la influencia de las medidas de este proyecto a las empresas con relación mercantil y proveedoras de servicios.

#SomosCompromiso:

Proyecto enfocado a la diversidad. Incluye un programa 360 cuyo foco principal es la diversidad funcional, diversidad generacional y diversidad de género. Medidas y acciones dentro de un programa de gestión integral de la diversidad.

#EstamosConVosotros: Se acaba de confirmar el Estado de Alarma con confinamiento y cierre de centros de ocio y hoteles. La comunicación con los equipos es fundamental. La cercanía, la información, la interrelación... con estas inquietudes nace este proyecto.

#EstamosConVosotros es un programa de comunicación compuestos por 4 canales. La estrategia consiste en llevar a cabo comunicaciones personalizadas a través de email y llamadas telefónicas y generalizadas a través de #Somosocial con cuatro temáticas: Laboral, Salud, Formación y un último canal, que consistía en dar ánimos y apoyo a través de mensajes y fotos.

Se activó el 18 de marzo y estuvo funcionando hasta la fecha de confirmación de apertura de Holiday World.



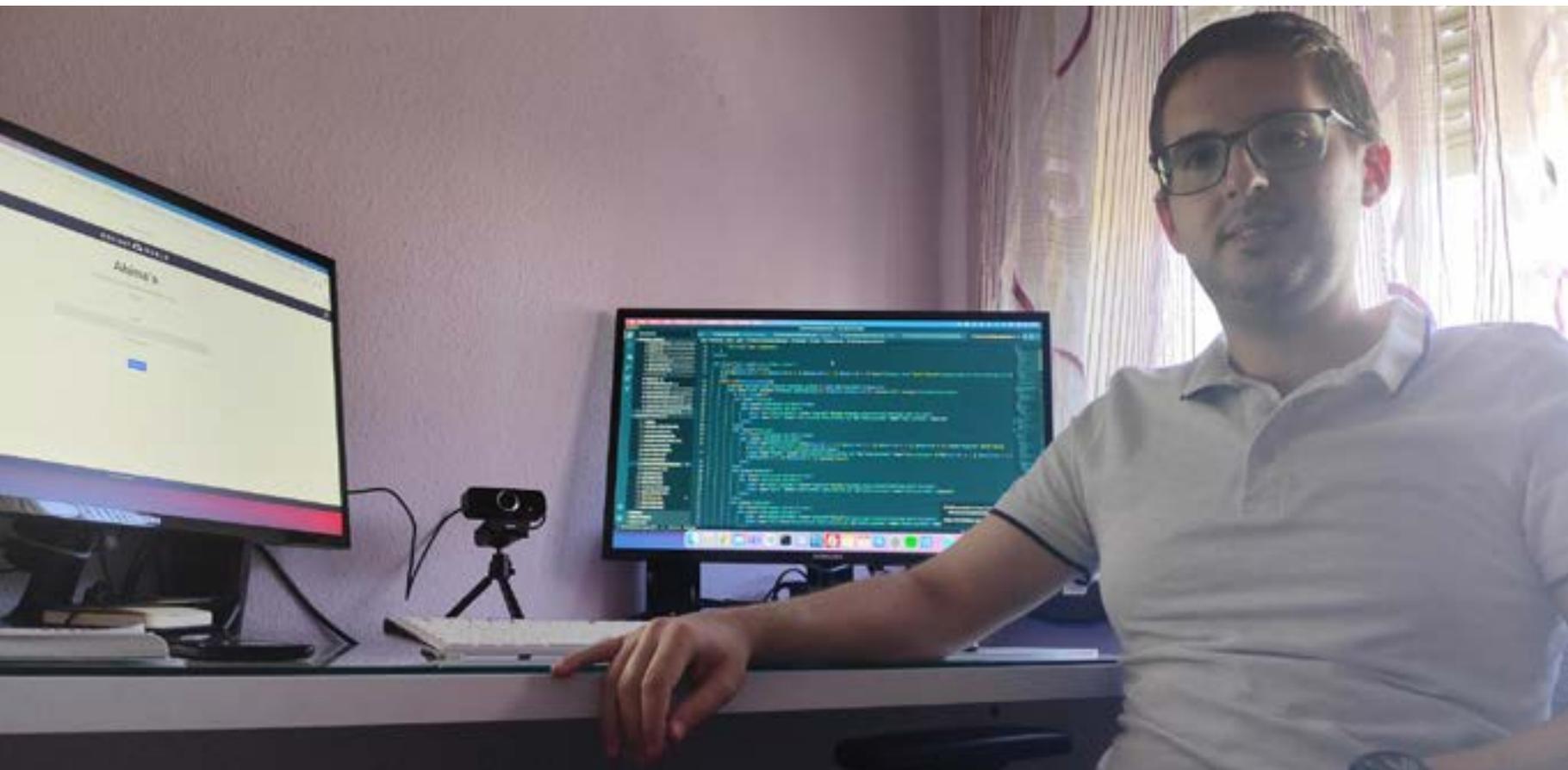
#SegurosContigo: Programa de seguridad, salud y bienestar integral (contingencia riesgo biológico) y cuyo formato de comunicación para conseguir mayor impacto, fue a través de un Catálogo de medidas y herramientas para que los mandos intermedios gestionasen la incertidumbre y la seguridad de los equipos.

Flexi-Work: Este programa nace tras el primer periodo de confinamiento. Los modelos de relación se han transformado, los espacios se han transformado, los procesos se están transformando, por lo que también es necesario redimensio-

nar los modelos de trabajo tradicionales. La situación sanitaria únicamente ha acelerado la implantación del modelo flexible del "Liderazgo Transformacional" al que estamos orientando la cultura organizacional.

Flexi-Work está implantado actualmente para el 100% de la división corporativa y conviven:

- Modelo tradicional presencial con 6 franjas horarias y flexibilidad de elección.
- Modelo teletrabajo: con 2 opciones.
- Modelo trabajo a distancia: con 6 opciones.



3. Proyectos: Época Covid

Teletrabajo y Clima Laboral, dos líneas que protagonizaron esta fase. De ahí surgió el Programa #EstamosConVosotros en el que se ofrecía a los trabajadores asistencia a través de:

Canal Laboral

Ofrecemos soporte de información en gestión laboral

Canal Salud

Ofrecemos a los equipos respuestas a sus preguntas médicas

Canal Formación

Ofrecemos a los equipos en ERTE Y FD la posibilidad de teleformación

Canal Todos

Personalización de envío de cartas a través de email

Plan de retorno

Lo componen 4 Bloques de actuación:

Medidas para la desescalada

Disección de puestos de trabajo

Arquitectura saludable

Diseño de los espacios de trabajo y seguridad

Trabajando en Grupo Peñarroya

Qué tengo que saber para trabajar de forma segura

Catálogo #SegurosContigo

Catálogo que ofrece medidas de seguridad, salud y bienestar

Medidas para la desescalada



Test epidemiológico



Test Covid-19



Formación riesgos biológicos



Plan de acogida 'Trabajando en Holiday World'



Documentación digital



Higiene y limpieza



Desalojo de oficinas



Redistribución de puestos de trabajo



Kit on boarding



Kit de limpieza

Medidas arquitectura saludable



Puntos limpios



Aforos



Señalización de flujos



Señalización distancias



Dispensadores gel hidroalcohólico



Alfombra higienizante



Kit de limpieza



Comedor personal



Difusión protocolos



Vestuarios

¿Qué debo saber si voy a trabajar?

INCORPORACIÓN

ACCESO GARITA
APARCAMIENTO
ENTRADA PERSONAL

ANTES DE TRABAJAR

VESTUARIO
TAQUILLA Y UNIFORME
CÓRNER DE SEGURIDAD

ANTES DE TRABAJAR

PREPARO MI PUESTO DE TRABAJO

A TRABAJAR

RECONOCIMIENTO FACIAL
HERRAMIENTAS Y ESPACIOS
SEGUIMIENTO

A DESCANSAR

TIEMPO Y ZONA DE DESCANSO
COMEDOR DE PERSONAL
COMIDA DE PERSONAL

MI JORNADA DIV. CORP.

FLEXIBILIDAD HORARIA
TURNOS DE TRABAJO

TERMINA MI JORNADA

MI ESPACIO
MI UNIFORMIDAD
FIN DE LA JORNADA
SALIDA

Oferta en conciliación:

Este apartado se caracteriza en 2020 por el crecimiento en la oferta de medidas de conciliación y por la creación de nuevas medidas

especialmente diseñadas por la situación de alerta sanitaria con la que estamos convivien-



Gestión logística operativa

Uniformidad/higienización
Comedor de personal



Catálogo Covid

#SegurosContigo



Herramientas digitales

Firma digital



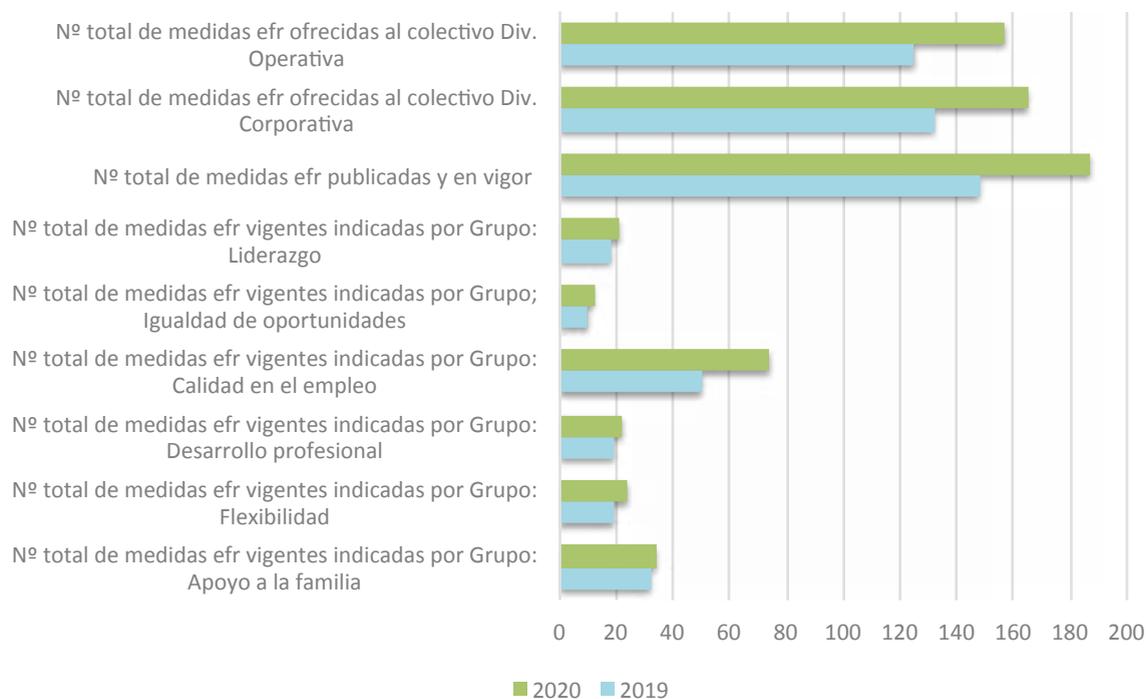
#SegurosContigo:

2 catálogos de medidas de seguridad, salud y bienestar con 21 medidas especialmente diseñadas para mejora de la conciliación, igualdad y diversidad laboral en tiempos de alerta sanitaria.

Pero además debemos señalar 111 acciones orientadas a protocolos de seguridad y contingencia frente a riesgo biológico covid19.

Este gráfico recoge únicamente las medidas de los catálogos, no las acciones:

Oferta en medidas de conciliación



Destacamos el incremento de la oferta de medidas de Flexibilidad espacial en un 225%

Usabilidad por catálogos:

Índice de usabilidad de las medidas #SegurosContigo: 64% con una inversión de 33.900,99€.

Índice de usabilidad de las medidas de conciliación, igualdad y diversidad = 72% de usabilidad con una inversión de 150.888€

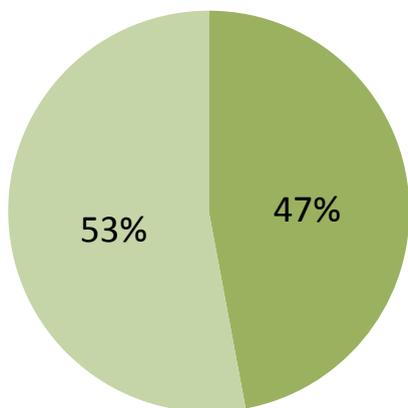
- #Comprometidosconlaspersonas: 67%

- Medidas personalizadas, itinerantes, operativas e integradas: 81% de las medidas solicitadas han sido concedidas.

Total: 68% de usabilidad (medidas disfrutadas sobre el promedio) con una inversión de 184.788€.

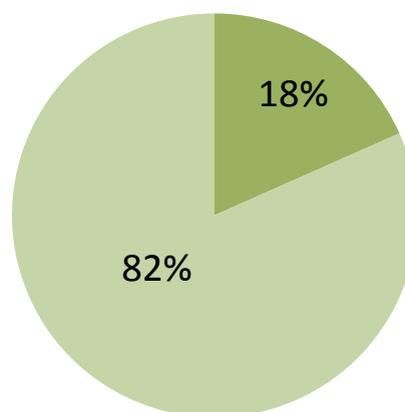
Usabilidad

- #SegurosContigo
- #Comprometidosconlaspersonas



Inversión

- #SegurosContigo
- #Comprometidosconlaspersonas



Fuente: R-PyV.10.02 / R-PyV.09.01

4. Comunicación interna

Nuevos programas de comunicación interna:
#EstamosConVosotros: plan de comunicación en tiempos de Covid19.

Canal Laboral

Ofrecemos soporte de información en gestión laboral

Canal Salud

Ofrecemos a los equipos respuestas a sus preguntas médicas

Canal Formación

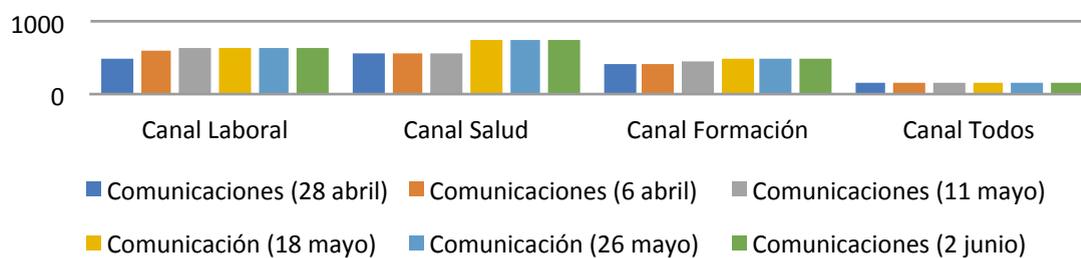
Ofrecemos a los equipos en ERTE Y FD la posibilidad de teleformación

Canal Todos

Personalización de envío de cartas a través de email

Indicadores de comunicación de #EstamosConVosotros :

Evolución publicaciones Canales en tiempo de covid19



Evolución #somossocial



Comunicando en Digital:

Programa de comunicación que nace en octubre de 2020 con el objetivo de llevar cabo una comunicación virtual, personal, individual y confidencial. Se trata de la redacción de una "revista digital" personalizada con la información enviada a través de herramientas digitales personales (wasap, correo electrónico).

Hasta la fecha de seguimiento, se han realizado 35 comunicaciones con un impacto alto y con respuesta del 100% de los receptores.

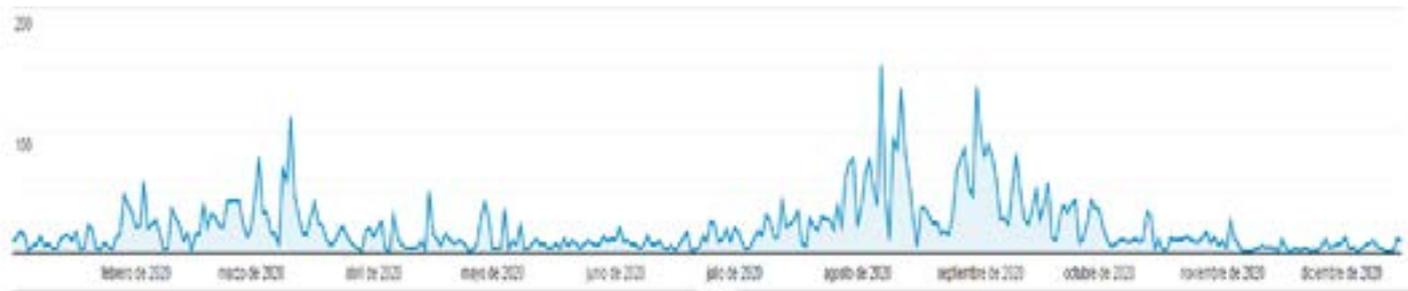
Comunicando "por acciones":

Entrega al 100% del equipo de Kit de seguridad "Kit on boarding"

Envío de Christmas navideño al equipo F.D y detalle navideño

Envío al equipo de Dirección y División corporativa de cesta navideña.

Canal de comunicación: Web Personas y Valores:



La evolución de las visitas a la página va en línea con la lógica de incorporaciones del personal.

Son un total de 5.161 visitas únicas (si lo divides por el número de trabajadores nos aporta el número medio de veces que se utiliza la web), esto es un 10%. Este dato es interesante sobre la utilidad real de la web para las personas.

En cuanto al tiempo de permanencia, es de 2 minutos 41 segundos de media, un tiempo bastante alto, lo cual implica que la gente está leyendo y revisando bastante a fondo la información de la web.

Enfocado sobre el público interno de Holiday World, los datos son positivos teniendo en cuenta el corto recorrido de la Web y el año especial vivido en 2020.

Comunicación externa

La estrategia de comunicación externa está alineada con la estrategia de comunicación interna, con la diferencia del público objetivo.

En todas las actuaciones de comunicación, Grupo Peñarroya deja patente su compromiso con la RSC y la agenda 2030, contribuyendo así a la extensión de valores que subyacen al modelo efr y potencian el concepto de "Buen Empleador", mejorando la capacidad de la organización para atraer y

fidelizar talento.

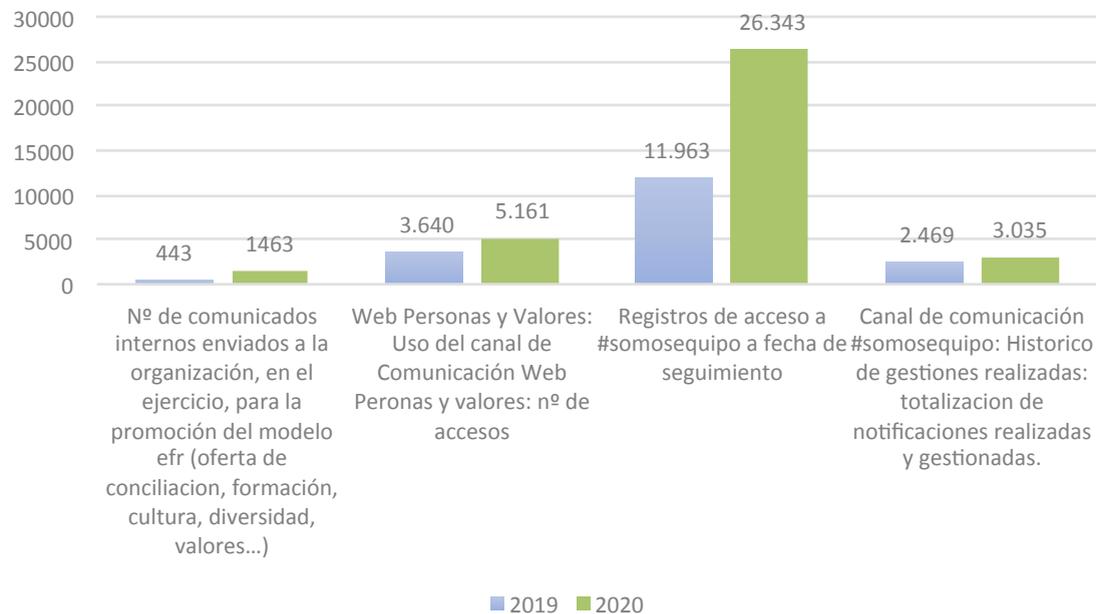
Hitos de acciones externas: Difusión de la cultura y valores:

- Participación revista Be efr Business Class.
- Publireportaje Vida económica: Grupo Peñarroya consolida su compromiso social con Personas y valores.

Comunicación interna

Otro de los indicadores a destacar son los relacionados con comunicación interna. El programa de comunicación en tiempos de covid19 "#estamos-

convosotros", y los 4 canales creados, han fomentado este flujo de comunicación.



5. Desarrollo profesional

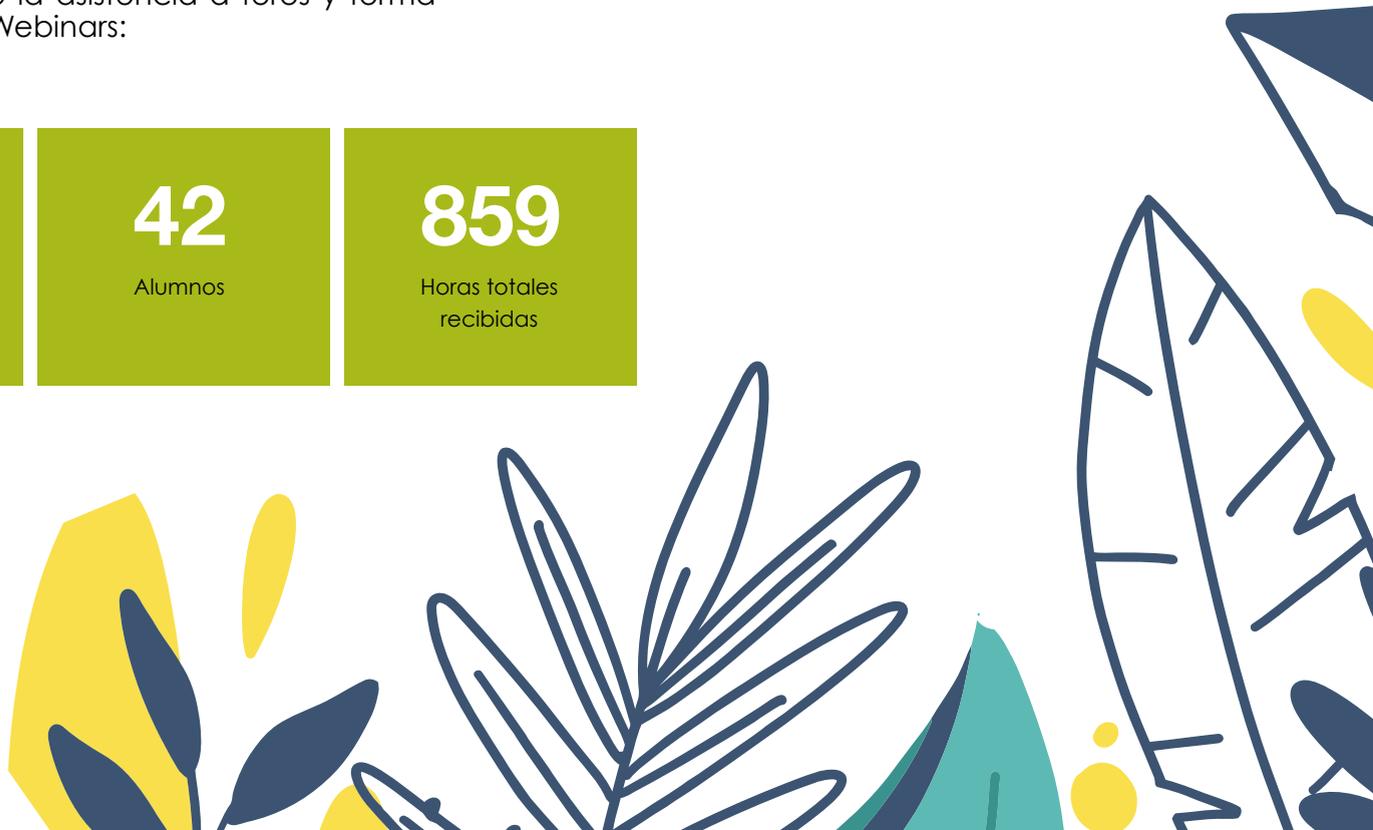
La formación en 2020 ha sido personalizada poniendo a disposición de todos los equipos un

catálogo de teleformación de elección libre: 'Canal formación'.

Indicadores de formación generales:



Destaca asimismo la asistencia a foros y formación a través de Webinars:

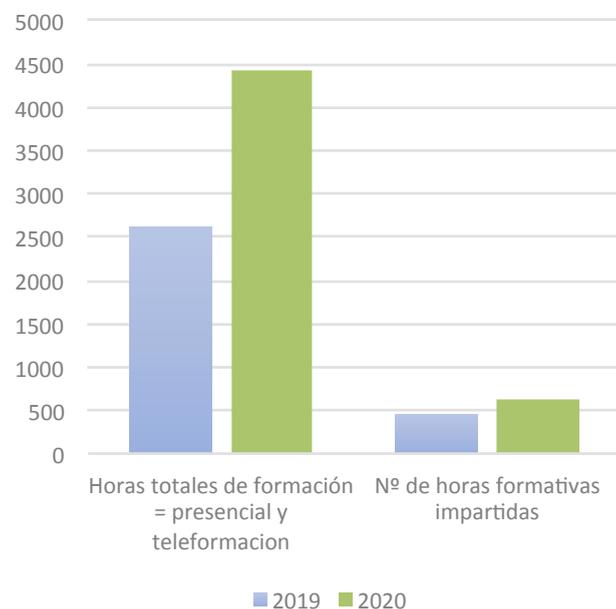


No podemos obviar la importancia de la formación en prevención a través del catálogo

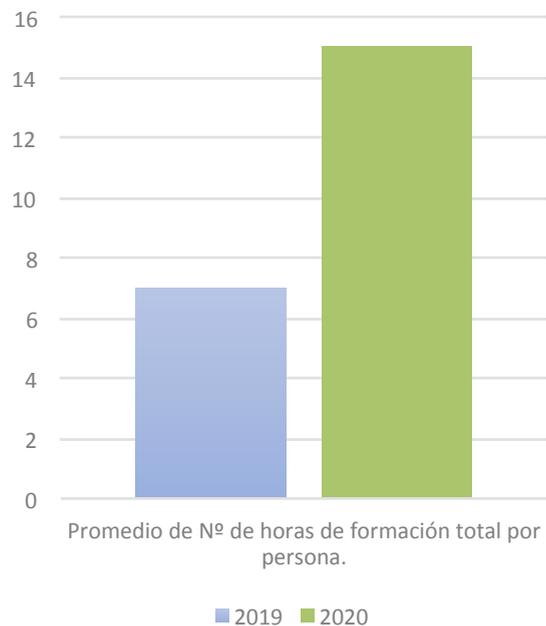
#SegurosContigo: Protocolo riesgo biológico covid19 y medidas asociadas:



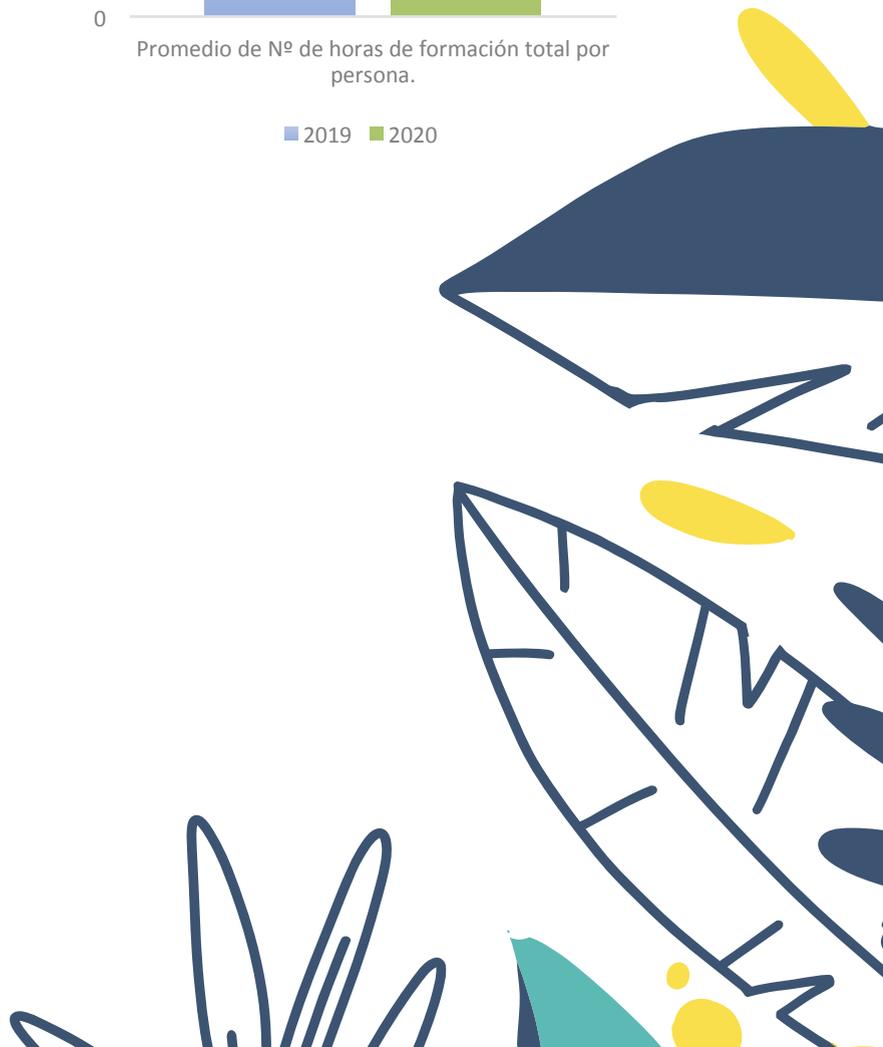
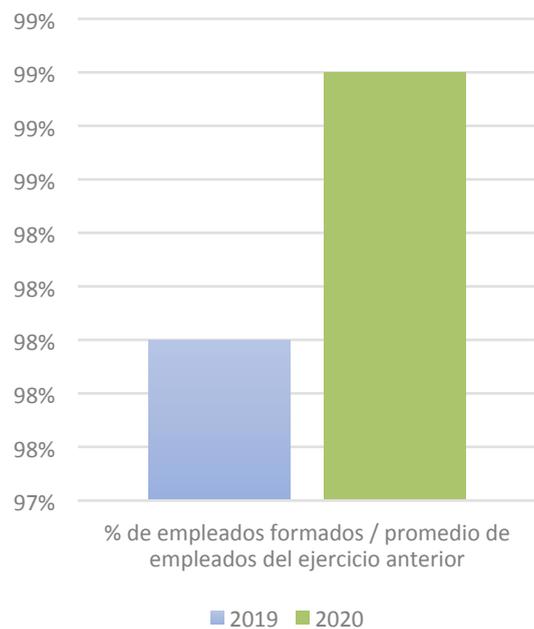
total horas formativas



Horas por trabajador



trabajadores formados



6. Otros indicadores a destacar

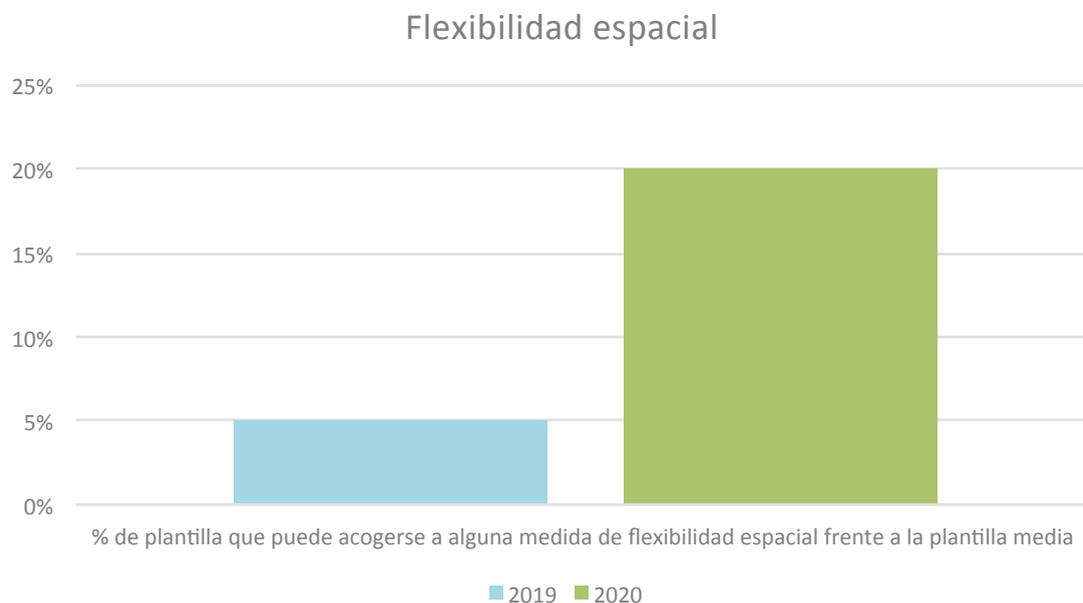
Flexibilidad espacial: Este indicador es el que ha tenido un mayor crecimiento fruto de la creación del programa Flexi-Work

Presencia femenina: Dato que se mantiene estable en el tiempo.

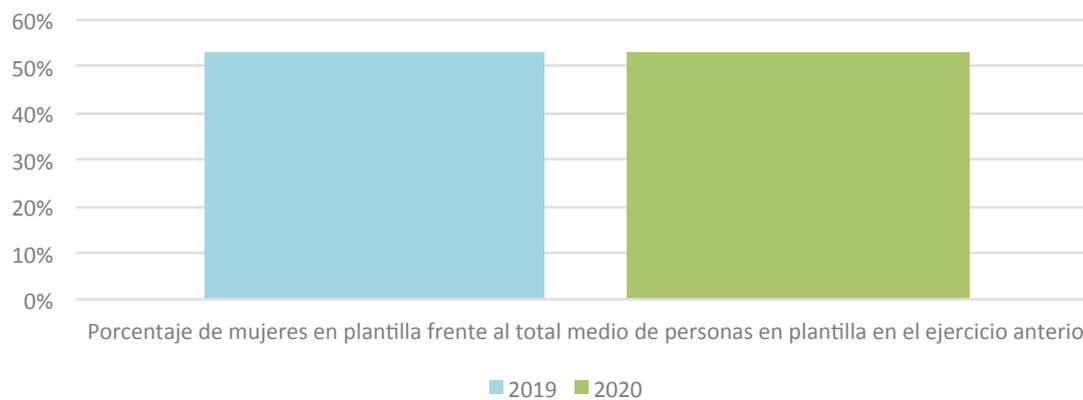
Igualdad en el acceso al empleo: Este año 2020

vemos que se ha incrementado el indicador en 5 puntos.

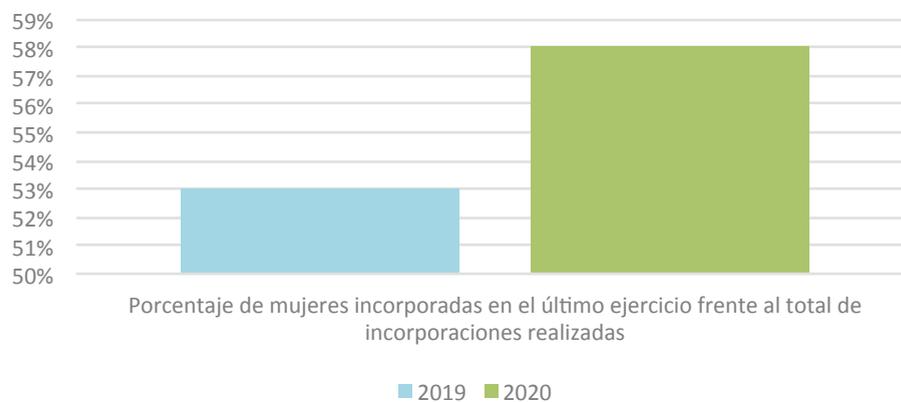
Flexi-seguridad: Este indicador refleja el incremento de la línea marcada hacia la estabilidad laboral en todas las jornadas laborales, aportando más flexibilidad y nuevos modelos de trabajo estable.



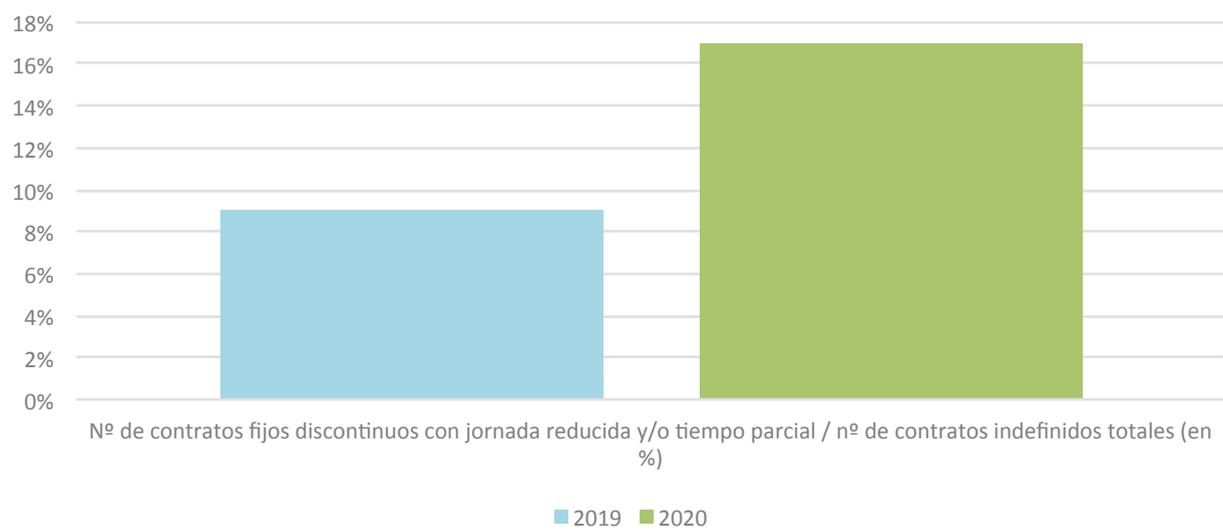
Presencia femenina



Igualdad en el acceso al empleo



Flexi-seguridad

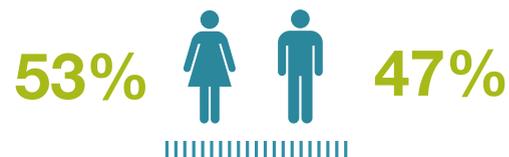


Indicadores de plantilla

nº de trabajadores



diversidad de género



diversidad generacional

3%

Baby boomer

46%

Generación X

43%

Generación Y

8%

Generación Z

diversidad de origen étnico

28

nacionalidades
distintas a la española.

diversidad funcional

5%

7. Conclusión

El impacto de la pandemia en nuestra vida ha sido el hilo conductor de año 2020 desde marzo hasta la actualidad, previendo que continuará durante el próximo año 2021.

Ha alterado los modelos sociales y laborales afectando de especial modo a las industrias, ya que su producto está directamente relacionado con la sociabilización.

Todos conocemos hoy, el impacto que ha tenido la pandemia en nuestro entorno, y como la industria turística y de ocio se ha visto especialmente afectada en todos los sentidos. Partiendo de esta premisa, vamos a centrarnos en la persona, en cómo ha vivido su adaptación a un entorno inestable, pero necesario.

Es en ese punto donde nos posicionamos desde un primer momento, para construir todas las políticas de personas que han guiado nuestros procedimientos de trabajo.

L@s trabajador@s de primera línea hotelera no pueden realizar trabajo a distancia, deben dar un servicio directo al cliente. Su contacto es continuo. Además, son profesionales con orientación al cliente, al servicio. La hospitalidad, la cercanía, el contacto directo... todo ello debe de reestructurarse desde la seguridad y la distancia social.

Ello nos llevó a la conclusión de que las medidas de seguridad física eran correctas para preservar la salud, pero además debíamos cuidar el bienestar emocional y cerrar el círculo con la prevención, una prevención holística: entorno, salud, mente, ánimo...

No podemos olvidarnos de los equipos corporativos, que forman el 20% de la organización. Estos han visto sus modelos de trabajo modificados con

la inclusión del trabajo a distancia en un 100% de la jornada en el periodo de estado de alarma, y de un 20% a un 50% en el periodo de nueva normalidad.

Por ello, podríamos afirmar que el coronavirus no ha sido solo un agente de impacto, sino también un activador.

Haber implantado durante 10 años unas bases sólidas en conciliación, igualdad y diversidad, ha posibilitado que podamos llevar a cabo una "adaptación de la cultura de la seguridad" en muy poco espacio de tiempo y con un alto impacto en las personas. La confianza y el compromiso trabajados durante años han ayudado a que los equipos se reincorporen con positividad y seguridad en sus puestos de trabajo.

Viendo necesario la continuidad por esta vertiente, hemos añadido dos nuevas líneas estratégicas que se materializarán en 2 proyectos, que serán implantados por fases, desde 2021 a 2023:

Empleo y excelencia: Proyecto que forma parte del plan de recuperación 360 de la organización. Donde trabajaremos en la estabilidad laboral, la inclusión de la diversidad, el compromiso y la excelencia en las políticas de conciliación, igualdad y diversidad, poniendo el foco en el desarrollo y en la seguridad y salud.

DigitalizaTE: Seguimos trabajando en cultura digital y en los nuevos espacios de trabajo. Nuevas zonas y funcionalidades.

Miramos 2021 con positividad, aunque con realismo, siendo conscientes de que nuestra industria hasta el año 2023 no se reactivará, pero no queremos dejar de andar, y nuestros pasos tienen que ser seguros y firmes.

Cadena de valor

Para garantizar la coherencia entre los modelos de compras y responsabilidad corporativa, seleccionamos a nuestros proveedores en base a criterios de transparencia que nos permite asegurarnos que los criterios de sostenibilidad, ética y responsabilidad queden garantizados en la cadena de suministro.

Todos los proveedores y colaboradores han sido homologados en medidas de seguridad y prevención frente al Covid-19 para una entrega de mercancías y prestación de servicios seguros en nuestros hoteles.

datos departamento de compras 2020

Fomenta la fidelización de proveedores

94%
fidelización



Genera compromiso con los proveedores locales

67%
proveedores locales

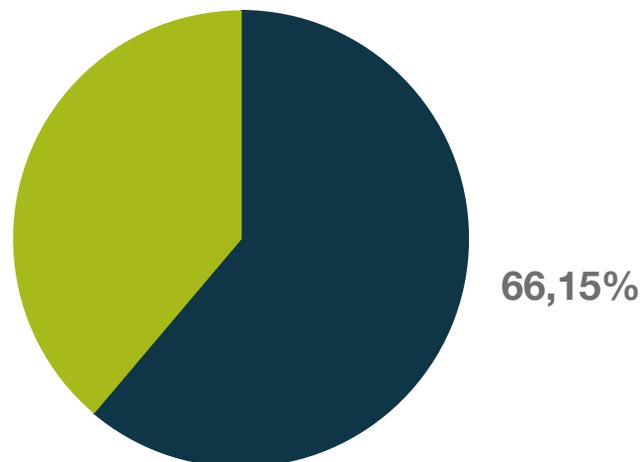


tipología de proveedores

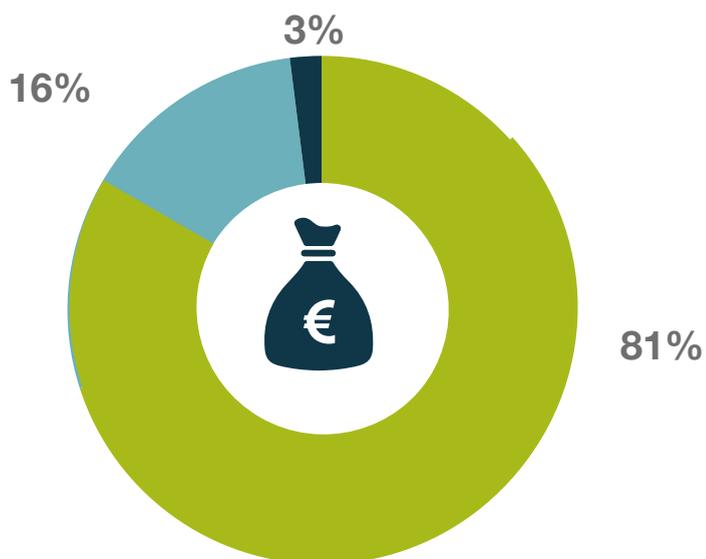
Reparto facturación

- proveedores locales
- proveedores no locales

33,85%



Facturación según tipología



- Alimentación y bebidas
- Mantenimiento y servicios
- Equipamiento

En lo que se refiere a facturación global, lógicamente debido a las circunstancias especiales vividas en 2020, son muy inferiores a 2019. Lo que sí se ha mantenido es el porcentaje de proveedores locales y no locales con respecto años anteriores, aunque a nivel total se trabajó con menos proveedores.

En lo que se refiere a facturación global, lógicamente debido a las circunstancias especiales vividas en 2020, son muy inferiores a 2019. Lo que sí se ha mantenido es el porcentaje de proveedores locales y no locales con respecto años anteriores, aunque a nivel total se trabajó con menos proveedores.

La fidelización continúa en niveles por encima del 90%.

Colaboracion en proyectos sociales y culturales

La primera responsabilidad social de las empresas pasa por hacer bien su trabajo; y cuando es necesario, como se ha visto en este contexto, por adaptar la cadena de valor a productos y servicios esenciales. Esta crisis ha sacado a la luz multitud de iniciativas solidarias de la sociedad civil. Ahora, más que nunca, había que saber poner el foco y no dispersar esfuerzos para reforzar lo esencial.

En este contexto, Grupo Peñarroya/ HW consciente de las dificultades y necesidades que se han generado y se van a acrecentar entre los colectivos más vulnerables a causa de esta crisis, ha puesto a disposición de los agentes sociales y la sociedad en general, su disposición a colaborar.

Entre las iniciativas ya impulsadas, destacamos:

- Donación de alimentos perecederos tras el cierre de los establecimientos, al Banco de Alimentos del Área de Asuntos Sociales del Ayuntamiento de Benalmádena.

- Donación de 3.000 gorros de ducha de nuestros amenities para protección de los sanitarios del centro de Salud Segre de Madrid que asisten domiciliariamente a enfermos de Covid.19.

- Plan de Apoyo a trabajadores y proveedores primando la preservación del empleo directo e indirecto.

Tenemos muy presente que la sostenibilidad, y nuestra vertiente más social, han jugado un papel clave en la superación de un año muy complicado, por ello, hemos seguido apostando por nuestros aliados solidarios:





ABAD (Asociación de Benalmádena para la discapacidad)

Asociación local con la que mantenemos lazos de colaboración, como nuestro apoyo a la celebración de un Torneo Benéfico de Golf el pasado 20 de Diciembre de 2020 en Benalmádena.

Fundacion de Ayuda a la Drogodependencia Proyecto Hombre

Podemos decir que la celebración este año 2020 de la Carrera Litoral Holiday World, junto a la ya 2ª Media Maratón a beneficio de la Fundación "Proyecto Hombre" fue in extremis, justo unos días antes de iniciarse la pandemia, por lo que cobra aún más valor si echamos la vista atrás dado el éxito de participación y recaudación.





Fundacion Mozambique Sur

En 2020 la colaboración de Grupo Peñarroya con la Fundación era más necesaria que nunca, por lo que se mantuvo a pesar de las circunstancias. Esta Fundación nace en Madrid a instancia de 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.

Pozos sin fronteras

Holiday World Hoteles en su apuesta estratégica de integrar los ODS y la Agenda 2030 en su modelo de Turismo Sostenible, se alió en 2019 a Pozos sin Fronteras, una ONGD cuyo objetivo es concienciar sobre la necesidad de crear sociedades sostenibles a partir de la participación social, la sensibilización de la sociedad, el desarrollo sostenible, la solidaridad y la promoción de la dignidad humana. Dentro de su política de cooperación internacional, Pozos sin Fronteras centra su actuación en las comunidades más desfavorecidas de países como Burkina Faso, Bolivia, Perú, El Salvador, Marruecos, Etiopía o Togo, priorizando el acceso al agua potable y la implementación de infraestructuras agrarias como base sobre la que sustentar el desarrollo.

Fruto de la colaboración con tan magnífica labor, son estos tetrapacks de agua solidaria que se han distribuido en nuestras instalaciones. Debido a la pandemia, hemos pospuesto la realización del resto de acciones en forma de eventos benéficos y para Grupos que habíamos previsto, y que esperamos retomar en 2021.



Participación en Foros Empresariales

Grupo Peñarroya ha seguido apoyando a lo largo de 2020 la investigación y estudio de fórmulas que

impulsen proyectos de interés para el sector, a través de las Cátedras y Mesas Sectoriales siguientes:



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.

El 22 de abril de 2020 se celebró el III Seminario de la Cátedra Peñarroya de Turismo Costa del Sol, inaugurado por la Presidenta Pepa Peñarroya y con la presencia de D. Manuel Butler, Director Ejecutivo de la OMT (Organización Mundial del Turismo).

Fue una jornada de reflexión muy productiva, centrada en el tema 'Resiliencia ante el impacto de la pandemia en el sector turístico,' analizando la actualidad turística de la mano de sus protagonistas y reflexionando acerca de la recuperación del Sector, de la Marca España y la imperiosa necesidad de la colaboración público privada para salir de la crisis provocada por el Covid19.

Igualmente, en 2020, el 30 de Junio, tuvo lugar la Jornada "Perspectivas del Sector Turístico en España tras el Covid a corto, medio y largo plazo, impartida por D. Jorge Marichal, Vicepresidente de la CEHAT



Cátedra Mujer, Empresa y Sociedad

Grupo Peñarroya mantuvo en 2020 su labor como parte del Consejo Asesor de la Cátedra "Mujer, Empresa y Sociedad", y de la Presidenta M^o Francis Peñarroya, a través de Jornadas tanto telemáticas como presenciales, dada la situación.

La Cátedra Mujer, Empresa y Sociedad organizó el pasado Febrero de 2020 una sesión de trabajo titulada 'El emprendimiento como forma de vida', de la mano de tres emprendedores que han desarrollado un proyecto empresarial en primera persona (Borja Vázquez - Presidente y Fundador de Scalpers, María Carmona - Fundadora Amaritta Food y Consejera de Inquiba y Rocío Hervella - CEO y Fundadora en Productos Solubles (Prosol)).

También organizó un encuentro privado con Soraya Sáenz de Santamaría para analizar el impacto del liderazgo femenino en el gobierno corporativo de las empresas.





03

Foro RSE Málaga

El objetivo general del Foro RSE Málaga al que Grupo Peñarroya pertenece como uno de los miembros fundadores a través de su Responsable de Sostenibilidad Sonia Santos, 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 responsables de la provincia de Málaga.

El año 2020 marcó la agenda de trabajo del Foro a través de reuniones y actos en remoto, pero se mantuvieron las líneas de acción recogidas al inicio del año por medio de las diversas propuestas de sus integrantes.

Mesa Nacional de Turismo

La Mesa de Turismo, asociación profesional y empresarial formada en 1986 y representada por diferentes sectores turísticos, refuerza su elevado nivel de representatividad con la incorporación de nuevos miembros. Entre ellos, se encuentra Marifranco Peñarroya, Consejera y socia de Grupo Peñarroya, además de Directora General de Holiday World.

La mesa de turismo está formada por más de 60

profesionales de reconocida trayectoria y entre sus principales objetivos destaca transmitir a la opinión pública y a la sociedad española la valoración real del turismo, apoyándose en la investigación y el análisis científico de esta actividad. En lo que va de año ha incorporado a 14 miembros nuevos y continúa creciendo en un momento especialmente difícil, ya que el turismo es uno de los sectores más afectados por la crisis sanitaria que atraviesa el mundo.





08

Dimensión ambiental

La sostenibilidad es un valor estratégico para Hoteles Holiday World y, actúa como motor de valor transversal a la organización. En esta línea se ha estructurado la apuesta a corto y medio plazo, de que la gestión ambiental en Hoteles Holiday World pase por la digitalización de procesos , la construcción sostenible, la gestión responsable a través de la monitorización de consumos y la efi-

ciencia energética ; la protección de la biodiversidad , la economía circular y la movilidad sostenible.

Los objetivos estratégicos que se despliegan en el Plan Director ambiental de Holiday World y que vamos a definir a continuación , son la base del desarrollo de los subsiguientes proyectos:



Iniciativas estratégicas

2020



01

Construcción sostenible

Nos comprometemos en todo el ciclo de negocio, desde la planificación, diseño y construcción de los hoteles hasta la prestación de servicios al cliente, apostando por el control, la gestión y la mitigación de los riesgos asociados en todo el proceso constructivo integrándolo en el entorno.

Gestión responsable y monitorización de consumos

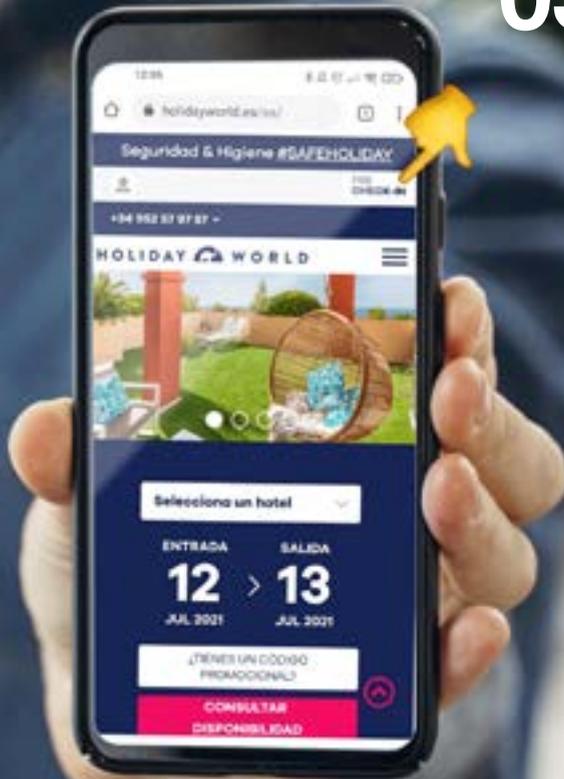
Aplicamos criterios de eficiencia y sostenibilidad en todos los procesos y decisiones con impacto en el medioambiente, utilizando la innovación, la ecoeficiencia y las energías renovables a través del estudio e investigación llevado a cabo por un grupo de trabajo compuesto por Ingenieros y Técnicos de la Organización.

Ejemplo de ello ha sido el diseño e implantación de un sistema de control domótico propio cuyo alcance es todo Holiday World Resort, Proyecto que aún en 2020 continuó con algunas acciones menores para facilitar el funcionamiento eficiente del Hotel Polynesia y el control de alguna de sus instalaciones más complejas: ACS, Solar, Enfriadora UTA'S, Jacuzzi Suites.



02

03



Digitalización de procesos

Dentro de la transformación digital que se está llevando a cabo en Hoteles Holiday World, cobra especial importancia la inclusión del I+D en la gestión del área ambiental, en aras de una mayor eficiencia energética, una mayor eficacia y calidad en los procesos operativos, y en definitiva, en pro de una mejora de la experiencia del cliente que nos visita, cliente cada vez más preocupado por el compromiso ambiental y la sostenibilidad de los servicios que disfruta.

Para ello, Holiday World ha apostado por la Innovación, a través del Comité Digital conformado por equipos de trabajo altamente cualificados, y presupuesto destinado a tal fin. En particular la implantación de 2 Apps, una dirigida al cliente y que ha permitido eliminar el consumo de papel desde la recepciones, así como implantar una nueva manera de comunicar e informar al cliente; y La otra, dirigida a un mayor control del mantenimiento de los hoteles, sustituyendo a una anterior, más obsoleta.

Movilidad sostenible

La descarbonización y la calidad del aire son algunos de los retos de una movilidad sostenible.

En el ámbito tecnológico, la electrificación del transporte se identifica claramente como la solución a largo plazo, al menos para el transporte por carretera, donde los motores de combustión bajos en emisiones, los de gas natural o los propulsados por biocombustible desempeñan un papel importante. Es en esta línea donde Hoteles Holiday World empezó a desarrollar su proyecto Holiday Eco Recharge & Efficiency.

04



03

Economía Circular

Estamos trabajando de forma alineada con las pautas que, en relación a la economía circular, establece la Comisión Europea, entre las que destacan: Incentivar y promover el reciclaje y la reutilización de ciertos materiales y residuos.

Fomentar la digitalización de procesos para reducir el consumo de ciertos materiales, y usar materias primas renovables, biodegradables o compostables.



Consumos

HOLIDAY WORLD

	2016	2017	2018	2019	2020	Dif. 19-20 (m3/kw/hr)
 Ocupación	591.611	612.448	605.185	567.705	152.766	
 Agua	189.884	168.115	206.890	200.744	100.594	-49,89%
 Gas	5.047.242	5.864.114	6.410.968	5.620.493	1.933.462	-65,60%
 Electricidad (Kwh)	9.110.155	9.631.709	12.062.972	10.675.372	6.698.660	-37,25%

El impacto ambiental, según los indicadores de la Memoria 2020, se ha reducido en torno al 50%, pero también la actividad se redujo más del 50%, por lo que este parón turístico obligado ha dibujado una excepcionalidad en la cifra de resultados, no obedeciendo a la realidad de nuestro desempeño ambiental.

Durante el año 2020 el consumo total de energía se ha visto afectado por la situación de cierre total de hoteles durante los primeros meses de la pandemia, así como la baja ocupación en los meses pos-

teriores, lo que queda claramente reflejado en la comparativa con el año anterior.

Igualmente, la estrategia de reducción de plásticos a través del Programa " El Cambio que deja Huella " se ha visto afectada por las medidas sanitarias necesarias para hacer frente a la COVID-19, que obligaron a mantener artículos que estaban previsto eliminar e incluso incorporar otros nuevos. La previsión es poder reanudar el plan de eliminación, en cuanto las restricciones lo permitan.



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. Holiday World Hoteles viene trabajando desde hace algunos años en la segregación en origen y la valorización de los residuos que genera su actividad. Estos son nuestros datos 2020:



Huella de carbono

Cálculo huella de carbono (kgCo2/kWh)

	2017	2017/2018	2018	2018/2019	2019	2019/2020	2020
kgCo2/kWh x ocupación	2,95	27,9%	3,55	-5,86%	3,34	96,72%	6,58
kgCo2/kWh	1.804.143	26,38%	1.804.143	-11,69%	1.898.901	-47,06%	1.005.211

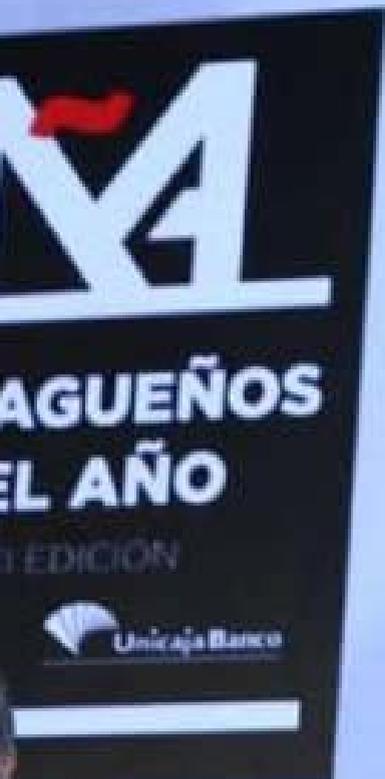
Las excepcionales e irregulares condiciones de la operativa de los hoteles desde marzo y a lo largo del resto del año, se refleja en los datos de la huella de carbono. Las emisiones absolutas disminu-

yen en todos los alcances por la disminución de la actividad, y por consiguiente de los consumos, sin embargo el ratio de emisiones aumenta al haber disminuido drásticamente la ocupación.



09

**Premios, certificaciones
y reconocimientos**





2020. Sello Covid-Hygiene Response de Preverisk Group



2020. Sello Andalucía Segura de La Junta de Andalucía



2020. Renovación en segundo Seguimiento Sistema de Gestión Integrado de Calidad y Medioambiente según ISO 9001/14001: 2018



2020. Premio Diario Sur Malagueños del Año dentro del Sector Turístico a D. Cristóbal peñarroya Sánchez



2020. VII Premio Andalucía Inmobiliaria en la categoría Trayectoria Empresarial a D. Cristóbal peñarroya Sánchez



2020. Premio H&T Awards en la categoría de trayectoria de referencia turística innovadora/rompedora en Andalucía, a Hoteles Holiday World.





10

Informe

El presente Informe recoge la 6ª Edición de la Memoria de Sostenibilidad de Grupo Peñarroya en la que se incluyen la actividad y principales resultados del Grupo en el ejercicio 2020. El desarrollo del análisis de materialidad nos ha permitido identificar los asuntos más relevantes para cada uno de nuestros grupos de interés tomando como referencia los estándares del Global Reporting Initiative (GRI) y la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

El Informe tiene como objetivo publicar un reporte equilibrado, preciso y coherente de la gestión sostenible, vinculado a los temas

relevantes para su estrategia. En ese sentido, la comparabilidad de los datos e información respecto a años anteriores se hace más complicada en un año de crisis para el sector, como el 2020.

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 cada grupo de interés a través de un proceso interno de recogida y contraste de información, indicadores y datos, del triple desempeño de la organización.



**“Aquel que tiene un porqué
para vivir, puede soportar
casi cualquier cómo”.**

Friedrich Nietzsche





Peñarroya

+34 952 21 05 20
sostenibilidad@penarroya.com

penarroya.com