



Informe de sostenibilidad 2016- 2017



Indice

03	Objetivos sociales
04	Acciones locales
06	Aspectos económicos
07	Grupos de interés
08	Empleados
09	Información acerca del número de mujeres y hombres
10	Tipología de los contratos
12	Beneficios sociales - Promoción interna de la empresa
13	Formación
14	Concurso de Mejoras
15	Ganadores Concurso años 2013-2016
16	Clientes – Review Pro
18	Programa Amigo Card
19	Proveedores
20	Resumen formación corporativa
21	Objetivos 2018

OBJETIVOS 2017



- **Recaudar 1.000 euros para donaciones el año 2017**
- **Realizar 380 comidas solidarias.**

ASPECTOS SOCIALES

Acciones locales y sociales

Resultados obtenidos en 2017

235 comidas a través de la asociación doble amor de Benidorm

70 comidas a Cruz roja en los festivales de l'aiguera

305 comidas solidarias 

832,05 euros de recaudación a través de donaciones de los clientes

46,27 euros en donaciones a la cruz roja 

No se consiguen los objetivos previstos y se realizan otras acciones diferentes:

- Colaborar con la asociación Doble Amor en ayuda a la personas con discapacidad intelectual con educación especial y facilitando trabajo.
- Fomentar la gastronomía local en los menús del buffet con platos como la Paella Valenciana, Fideua, Pescados, postres u otros productos de la zona.

- Fomentar las fiestas locales cofinanciando la elaboración de los libros de Comisión de fiestas y peñas.
- Facilitar información a los clientes de horarios, trenes autobuses, actividades culturales, excursiones, ocio local, etc.
- Colaborar con Asmibe. Es una asociación regional que trabaja con personas con minusvalía.
- Colaborar con el Taller Prelaboral de Inserción Social (T.A.P.I.S.) Es un servicio que ofrece la Concejalía de Bienestar Social del Ayuntamiento de Benidorm para personas con dificultades especiales de inserción social y/o laboral, en concreto a personas con discapacidad.
- Colaborar con Forcal, centro de formación especializado en las enseñanzas prácticas laborales.
- Participar en el programa de cruz roja para la recaudación de donaciones
- Participar con “be to be “ para donaciones

ASPECTOS ECONOMICOS

Med Playa es un grupo hotelero con sede en Girona, que está especializada en la gestión de establecimientos turísticos situados en la Costa. Fundada en el año 1967 en la Costa Brava, su expansión se va a iniciar en Benidorm y continúa por la Costa del Sol, Salou y el Maresme con la compra de diversos hoteles ya construidos, entre ellos el histórico Pez Espada de Torremolinos (Málaga). Actualmente el grupo tiene dieciséis establecimientos, trece de los cuales son en propiedad y tiene una facturación de más de 79 millones de euros (el 2016) y una plantilla de 1630 trabajadores en temporada alta.

Hotel Riudor

Categoría 3 estrellas

Capacidad 168 habitaciones

Zona costera Benidorm – Alicante - España

Acreditación Travelife Oro

	SOLARIUM		PISCINA EXTERIOR		RESTAURANTE
	INTERNET CORNER / INTERNET CENTRE		FACILIDADES PARA MINUSVÁLIDOS		RECEPCIÓN 24H.
	CAFETERÍA		BAR		SALÓN
	WIFI		MALETERO		TELEVISIÓN CON PANTALLA GIGANTE
	VENTA DE EXCURSIONES		ALQUILER DE COCHES		CAMBIO DE DIVISAS
	NO SE ADMITEN ANIMALES				

% plazas vs Benidorm.	1,02%
% pernoctaciones vs Benidorm.	1,19%
Beneficio bruto por habitación disponible.	12,55 €
Gastos destinados a medidas energéticas y modernización de instalaciones.	2.564,0 €
Programa Sostenibilidad Travelife.	1.400,0 €
Formación Sostenibilidad	1.650,0 €
Donaciones recaudadas para ONG	878,32 €
Donaciones Terremoto Nepal 2015 (nivel de grupo).	750,0 €

GRUPOS DE INTERES

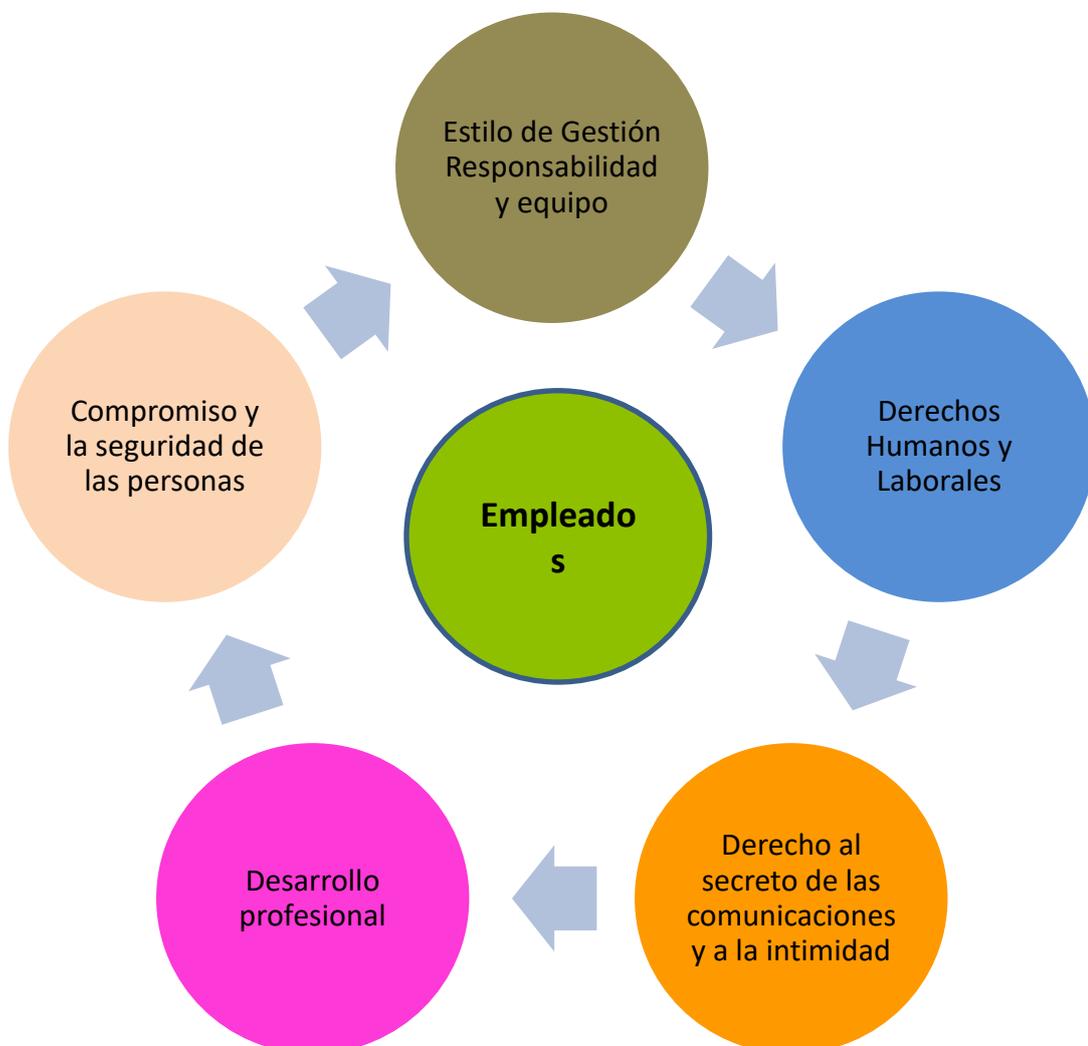
Accionistas

Todos los miembros del órgano del grupo Med Playa de administración y aquellos sujetos implicados con responsabilidades en la gestión, mantiene con sus accionistas una relación basada en el beneficio recíproco sostenible, regida por los principios de la confianza, la transparencia y la ética.



Empleados

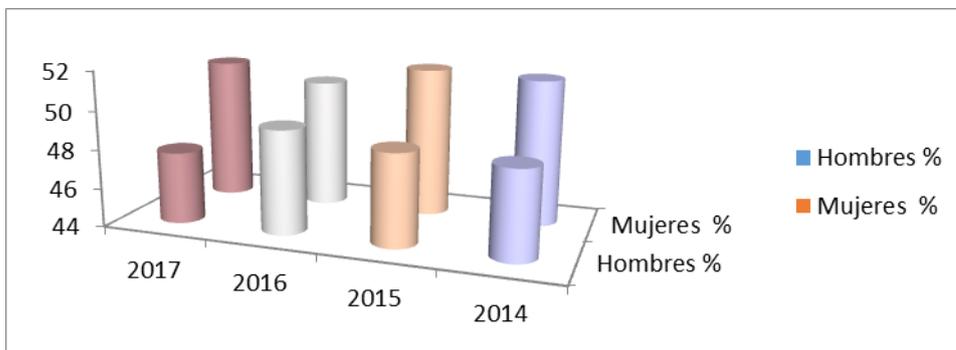
Uno de los objetivos principales del Grupo Med Playa es promover un entorno de trabajo que facilite el desarrollo profesional y humano de todos los empleados. La diversidad de capacidades y experiencias y la integración de personas y culturas distintas es una de las fuentes de éxito de Med Playa.



Resumen de información social del hotel Riudor

Cantidad de Hombres y mujeres:

	2017	2016	2015	2014
Hombres %	47,69	49,35	48,73	48,52
Mujeres %	51,41	50,65	51,67	51,48



Desde el año 2014 hasta el 2017 **casi** se ha mantenido el mismo porcentaje de hombres y mujeres

La plantilla media 2017-16 fue de:

La plantilla media 2015-14 fue de:

Años 2017-2016

51,03

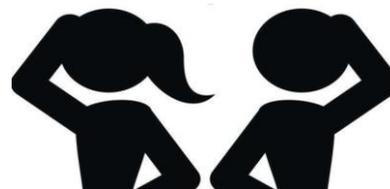
48,52



Años 2015-2014

51,58

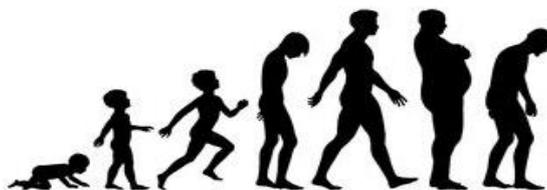
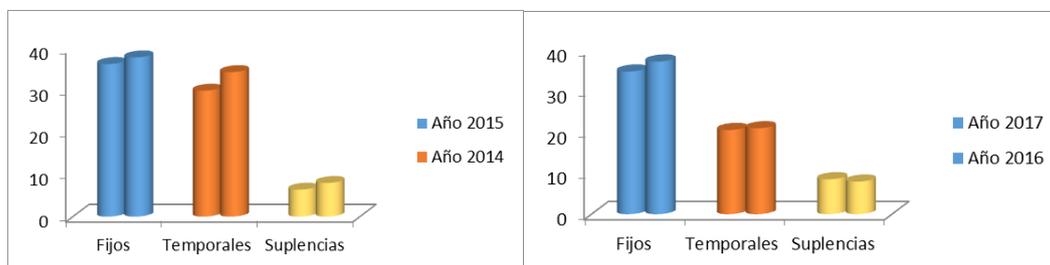
48,63



Tipología de contratos

Tipología de los Contratos			
	Fijos	Temporales	Suplencias
Año 2017	34,75	20,50	8,50
Año 2016	37,17	20,92	7,92
Año 2015	36,25	29,92	6,42
Año 2014	37,83	34,33	8,00

Desde hace varios años está rejuveneciendo la plantilla ya que se están pre-jubilando una cantidad importante de personal cada año por lo que cuando se jubilen totalmente **los que hacen estas suplencias** pasaran a contratos fijos



Rotación:

Rotación de la Plantilla

Año	2014	2015	2016	2017
Rotación %	24,42	15,95	14,34	16,14

Desde el 2015 hay menos rotación de la plantilla debida a la ocupación lineal del hotel

Total absentismo:

Total absentismo				
	2014	2015	2016	2017
IT	1,2	1,00	3,39	2,26
AT	0,16	0,32	0,49	0,37
Total...	1,36	1,32	3,88	2,62

En 2017 logramos bajar los accidentes laborales y las bajas por enfermedad y nos ponemos como objetivo lograr reducirlos a la media de años anteriores

La edad de la plantilla se va reduciendo a medida que se prejubilán y se suplen con gente más joven.

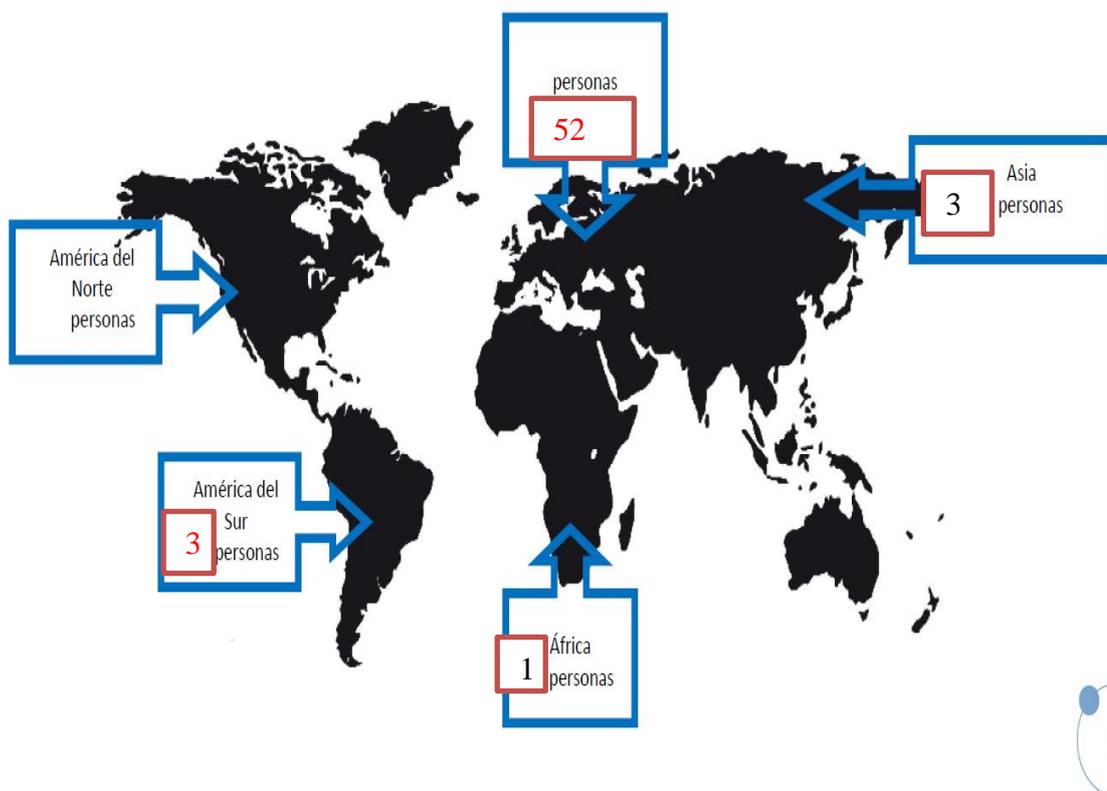
43,12 Años de edad media en 2016

7,91 Años de antigüedad en la empresa

Diferentes nacionalidades que coexisten durante el año

Nacionalidad	2014	2015	2016	2017
España	47	48	49	51
Reino Unido	11	10	1	1
Francia				
Pakistan	2	2	2	2
Slovaquia		1		
Rumania	2	2	1	1
Colombia	2	3	2	2
Bolivia	2		2	1
Ecuador			1	
Marruecos	1	1	2	1
India				1
total rotacion de trabajadores	67	67	60	60
Total nacionalidades	7	7	8	7

Hubo un bajón muy importante en el año 2012 que debido a la crisis muchas personas de diferentes nacionalidades se fueron de España pero luego se ha ido manteniendo y a partir del 2016 parece que empieza a recuperarse, también ha habido un cambio en la empresa que los animadores que antes estaban asegurados con nosotros ahora pertenecen a una empresa externa (que pertenece a nuestra compañía) y esta es una de las razones que bajan la cantidad de personas que son de fuera de España



1

Horas Extras

	BAR	COCINA	MANTENIMIENTO	PISOS	RECEPCION	RESTAURANTE	TOTAL HORAS
AÑO 2014	192,5	282,75	187	171	90	437	1360,25
AÑO 2015	102,5	314	229	177	106	492	1420,5
TOTAL....	295	596,75	416	348	196	929	2780,75
AÑO 2016	11,5	432,75	178	108	108	352	1190,25
AÑO 2017		382,05	229	101	118	380	1210,05
TOTAL.....	11,5	814,8	407	209	226	732	2400,3

Se intenta reducir al máximo cada año las horas extras para mejorar el confort de los empleados.

Formación

Durante estos años se han impartido diversos cursos de formación en distintas áreas:

Año 2016

- Prevención y control de Norovirus.
- Gestión de la seguridad alimentaria APPCC.
- Norovirus y sus consecuencias.
- Gestión de riesgos ambientales.



Curso de seducir al cliente *“mejorar las habilidades de la plantilla del hotel para conseguir que los clientes se lo pasen bien durante su estancia”*

Año 2017

- Formación 5 segundos para tentar al cliente, organizado para poder interactuar con el cliente
- Formación Gastronómica para cocina
- Gestión de APPCC



“Concienciar al personal del hotel de la importancia y tratamiento de estos casos y el cumplimiento con el nuevo reglamento de la Unión Europea en esta materia, para satisfacer y atender la demanda de seguridad y alérgenos alimentarios

- Gestión de riesgos ambientales.

“Proporcionar a los conocimientos, aptitudes y actitudes necesarias para que, cumpliendo con el programa de sostenibilidad Travelife, apliquen las prácticas correctas de gestión medioambiental y contribuyan a las políticas de responsabilidad social corporativa”.

- Formaciones específicas como Legionela, prevención de riesgos laborales, formación en incendios, trabajos en altura

Año 2018

Informe sobre los progresos obtenidos en las medidas de sostenibilidad social y medioambiental 2014-2017

- Los 7 hábitos organizado para dirección
- Sostenibilidad desde el campus virtual
- Bienestar profesional para el departamento de pisos
- Cursos varios, de primeros auxilios, APPCC, de PRL

Otros

Desde el 2007 el Hotel realiza un concurso para la innovación*

CONCURSO DE MEJORAS

MEJORAS PARA EL TRABAJADOR

MEJORAS PARA EL CLIENTE

MEJORAS DE AHORRO

Todos los premiados pasarán a concursar con los demás premiados de la misma categoría para un premio superior en la

GRAN FINAL: 3 GANADORES

(UNO DE CADA CATEGORÍA)

Presenta la propuesta a tu coordinador de procedimientos y gana un fantástico premio

Fines de semana canjeables en dinero

Relación de ganadores desde 2014 hasta 2017

En el 2014 los ganadores fueron:

- Juan Pedro García. Diseñar unos menús para personas alérgicas al gluten.
- Adriana Yadira. Poner unas tapas en el buffet de caliente para que cuando se enciendan no se escape el calor y así ahorrar energía.

En el 2015 los ganadores fueron:

- Magdalena Pérez Suarez. Lavar los vasos de los cuartos de baño con la máquina de la vajilla para conseguir una desinfección total.
- Jose Mesas. Montar un parking para las scooters en el jardín fuera del hotel.
- Juan Pedro García, poner muletones en las mesas

En el 2016 los ganadores fueron:

- Maria Isabel Gozalvez, poner un adhesivo en el plástico de las patas de las camas para que no ralle el suelo
- Magdalena Pérez, hacer una reunión al año con trabajadores de los diferentes hoteles
- Juan Pedro García, poder cargar las consumiciones del cliente en su habitación

En el 2017 los ganadores fueron:

- Antonio Cobo , poner toldos en terraza bar y bar piscina para el confort del cliente
- Francisco Cobo utilizar la zona antigua donde estaba situado el depósito de gas como almacén para tumbonas y sillas etc..

Cientes

La satisfacción del cliente es la base principal del grupo Med Playa y se mantiene con ellos un trato de honestidad, responsabilidad profesional, confidencialidad, privacidad y uso adecuado de sus datos.

El cliente puede contactar con el Call Center Med Playa para dejar su opinión o enviar comentario en medplaya.com.



También existen los cuestionarios internos con los cuales valoramos y tenemos en cuenta las incidencias que nos detallan los clientes.

Otra herramienta utilizada para conocer la satisfacción del cliente es:



Que analiza las opiniones online y permite agregar, organizar y gestionar de manera eficaz la reputación y presencia online en las principales agencias de viajes online, sitios web de opinión y redes sociales.

Año 2016



Año 2017



Programa fidelización Amigo Card

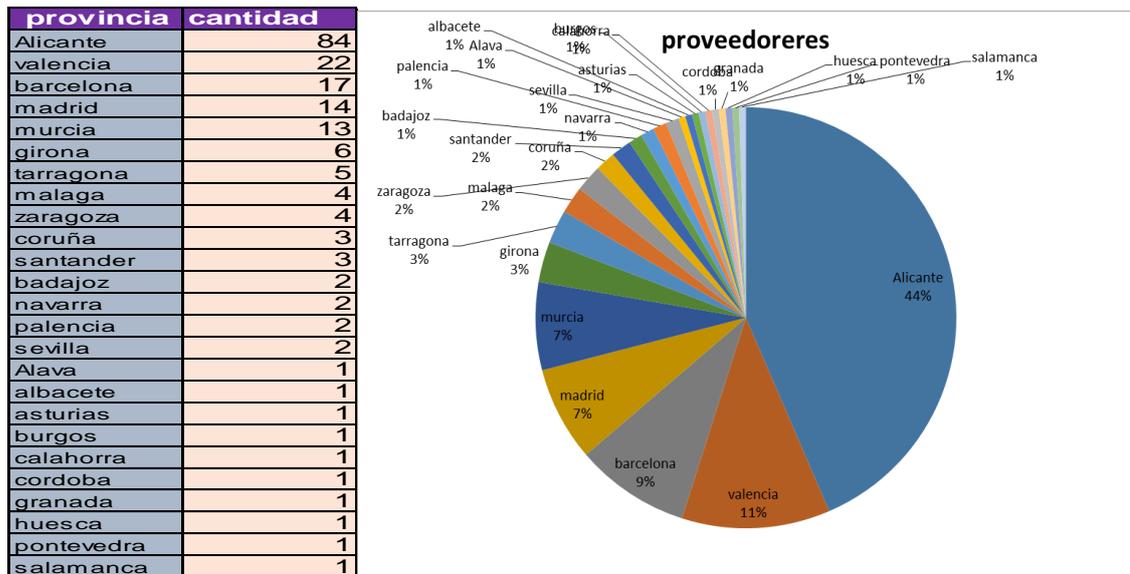
Se recompensa a nuestros clientes repetidores mediante un sistema de acumulación de puntos y se cambian por servicios, regalos y descuentos en sus reservas. Actualmente en el grupo MedPlaya se contabilizan.



Dato de enero 2018

Proveedores

El Grupo Med Playa aplica un procedimiento estricto y detallado sobre la evaluación y selección de los proveedores con base en criterios sociales, éticos y medioambientales. Normas códigos de conducta y políticas de sostenibilidad se facilitan con acceso a la web www.medplaya.com.



En el grafico se puede observar que se compra el 44% en la misma provincia y el 18% en las provincias colindantes y el resto son productos nacionales y mundiales.

RESUMEN PLAN FORMATIVO CORPORATIVO 2017

ASISTENTES

Han asistido **1.356 trabajadores/as** del grupo Med Playa a las acciones llevadas a cabo. Este dato corresponde **al 93'07%** de la plantilla media.

HORAS DE FORMACIÓN

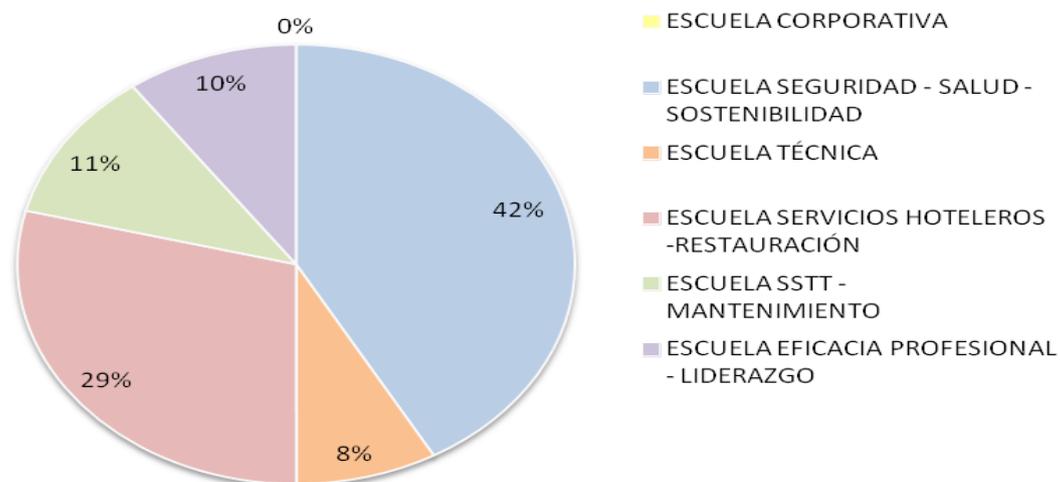
Se han invertido **13.211 horas** en formación, de las cuales un **65'51%** corresponde a formación presencial, un **30'49%** a teleformación y un **4%** a mixta.

ACCIONES

Se han realizado **134 acciones** formativas y **367 grupos** en los diferentes centros de la cadena.

A continuación mostramos gráficamente las áreas formativas en las que se han dividido estas 134 acciones:

ESCUELAS FORMATIVAS



COSTE FORMACIÓN

La inversión en acciones formativas a nivel de cadena ha sido de **127.870'94€** de los cuales se ha bonificado un **76%** del coste de la formación.

OBJETIVOS 2018



- **Recaudar 1.000 euros para donaciones**
- **Realizar 350 comidas solidarias.**