



WE SUPPORT

**INFORME DE PROGRESO  
PACTO MUNDIAL  
RESERVA DEL HIGUERON S.L.**

2014



Con el apoyo de:





**RESERVA  
DEL  
HIGUERÓN**



## ÍNDICE

### 0. CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

#### 1. PERFIL DE LA EMPRESA

#### 2. DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

##### 2.1. DERECHOS HUMANOS

- Políticas
- Acciones
- Medición/ indicadores
- Mejora

##### 2.2. NORMAS LABORALES

- Políticas
- Acciones
- Medición/ indicadores
- Mejora

##### 2.3. MEDIO AMBIENTE

- Políticas
- Acciones
- Medición/ indicadores
- Mejora

##### 2.4. ANTICORRUPCIÓN

- Políticas
- Acciones
- Medición/ indicadores
- Mejora

#### 3. CONCLUSIONES



## **0. CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO**

Estimado Sr. Secretario General,

Reserva del Higuero S.L., presenta en este acto su escrito de referencia al Informe de Progreso del Pacto Mundial 2014.

De esta manera Reserva del Higuero, en su primer año de adhesión asume su compromiso con la iniciativa del Pacto Mundial y presenta su Informe de Progreso en el que se recogen las acciones llevadas a cabo para apoyar y difundir los 10 Principios del Pacto Mundial, convencidos de la necesidad de incorporar la responsabilidad social a nuestra actividad.

Somos una empresa familiar, de una larga trayectoria empresarial, comprometida con nuestro entorno local, y nuestra adhesión es un paso más dentro de nuestra estrategia de responsabilidad social, que incluye otras actuaciones relevantes como los avances en el análisis de nuestros riesgos de sostenibilidad, y el diálogo con los grupos de interés, entre otras.

Somos conscientes del largo camino que tenemos que recorrer para integrar, de forma sólida y ordenada, los principios y valores tanto de la responsabilidad social, como los promovidos por el pacto Mundial, y este importante paso nos servirá para impulsar más actuaciones en este ámbito.

Queremos destacar nuestra participación en el Foro Provincial de Empresas Socialmente Responsables (FPESR) de Málaga, donde somos miembros activos y comprometidos en la promoción y desarrollo de la RSC en el tejido empresarial de nuestra provincia.

Reciba un cordial saludo,



*Guillermo Rodriguez Martinez  
Presidente*





## 1. PERFIL DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa: Reserva del Higuero S.L.

CIF: B- 29549359

Dirección postal: Av. Del Higuero 48 29640 Fuengirola Málaga España

Web: [www.reservadelhigueron.com](http://www.reservadelhigueron.com)

Mail de contacto: [marketing@reservadelhigueron.com](mailto:marketing@reservadelhigueron.com)

Máximo/a representante: Guillermo Rodriguez Martinez

Descripción de la actividad de la empresa: Promotora inmobiliaria, Hotel, Club Deportivo

Número de empleados:60

Facturación: € 5.538.230.:

Ámbito de actividad: Nacional



# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

## Relación de servicios/productos

Fundada por su titular Guillermo Rodríguez padre, corría el año 1973, en pleno 'boom' turístico en la Costa del Sol cuando este aventurero gallego comienza con un emprendimiento inmobiliario, y con los años piensa en su sueño mas grande, construir en la ladera de la montaña entre Fuengirola y Benalmádena una Urbanización de lujo denominada Reserva del Higuero.

Así en 1999 comienza lo que es hoy, una urbanización de lujo combina un amplio abanico de tipología de viviendas (villas de lujo, pareadas, adosadas, áticos y apartamentos) con un total de 663 viviendas de las cuales 80% están ocupadas durante los 12 meses del año.

Como complemento a la Urbanización nace en 2012 THB Reserva del Higuero Class un Hotel de cuatro estrellas superior considerado como un Hotel innovador en diseño, moderno, confortable, amplio y espacioso. Que ha sido galardonado recientemente con certificados de excelencia por los usuarios.

El Complejo Reserva del Higuero Sport Club y Nagomi Spa es un espacio concebido para que sus miembros y amigos disfruten de un amplio espectro de actividades relacionadas con el **ocio, el deporte, el relax, la salud y la belleza**. Todo ello, en un ambiente exclusivo, relajado, cuidado, y a la vez familiar.

## Premios o distinciones recibidas y/o iniciativas en las que participa o está adherido:

Miembro del Cluster de Turismo Sanitario Health Spain

Miembro de CIT Marbella

Miembro de Club de Productos del Plan Qualifica de la Diputación de Málaga

Premio al segundo mejor SPA de España Voyage Prive 2013

Premio al mejor Club de Padel de España 2005.

Adherido al distintivo de Calidad SICTED para Nagomi SPA

Adhesión al Pacto Mundial

Miembro del Foro Provincial de Empresas Socialmente Responsables de Málaga



# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

## Grupos de interés

Para Reserva del Higuero, un grupo de interés es cualquier persona física, jurídica o colectivo, que le interesa o le afecta lo que hace nuestra organización.

Hemos identificado los siguientes grupos de interés:

1 Clientes Agencias 2 Proveedores 3 Ayuntamiento 4 Personal contratado 5 Asociaciones / colectivos 6 Abonados 7 Medios de comunicación 8 Huéspedes hotel 9 Propietarios viviendas 10 Sindicatos 11 Personal externo 12 Competidores 13 Comunidad de Vecinos 14 Colaboradores 15 Entidades Financieras 15 Propietarios Empresa 15 Subcontratas

## Priorización de los grupos de interés

Para la priorización de los grupos de interés hemos utilizado los criterios de Influencia y Dependencia.

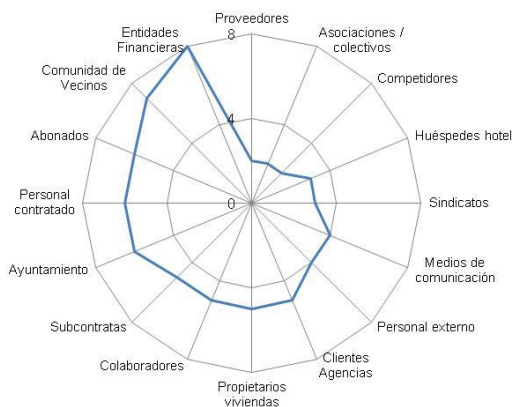
### Influencia

La Influencia define en qué medida el Grupo de Interés tiene poder, autoridad o valimiento para influir en la organización (p.e. en los servicios que presta, o en su funcionamiento), o en la capacidad que tiene esta de alcanzar sus objetivos y estrategias

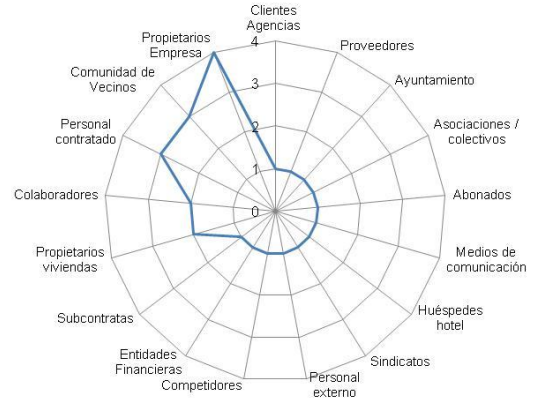
### Dependencia

La Dependencia hace referencia a la capacidad que tiene el Grupo de Interés de elegir otra alternativa a la ofrecida por la Organización.

Ordenado por Influencia



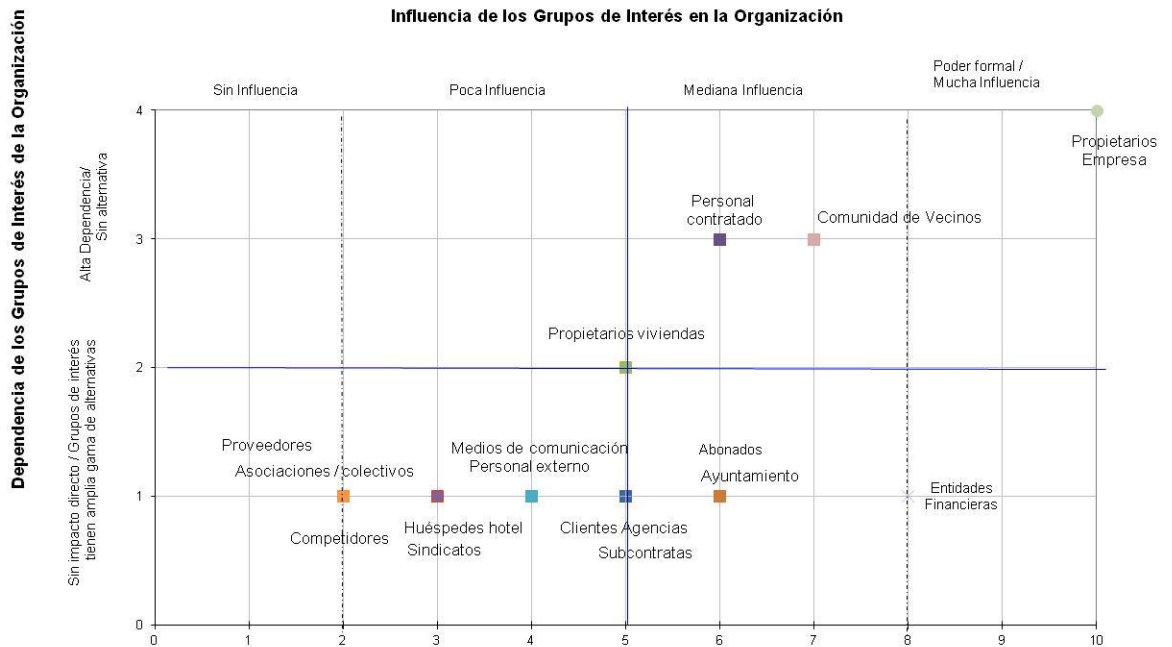
Ordenado por Dependencia





# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

Estos dos criterios nos permiten posicionar a los grupos de interés en una matriz de priorización, de forma que podamos hacer foco y adaptar nuestras actuaciones en función de impacto en la organización.





# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

Hemos elaborado una matriz de diálogo que recoge las oportunidades y riesgos de establecer dicho diálogo, y los temas relevantes para los grupos de interés.

## MATRIZ DE DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

	Oportunidades	Riesgos	Temas relevantes de interés
<b>Cientes Agencias</b>	Mayor conocimiento necesidades mutuas Relación más sólida Posibilidades de nuevos mercados Mayor conocimiento de los productos Fidelización	Pérdida de posibilidades de negocio Interés en otros destinos Críticas infundadas de la Urbanización. Falta de Controles anticorrupción.	Condiciones económicas Conocimiento claro del producto Compromiso de mantener calidades
<b>Proveedores</b>	Mejora de condiciones Conocer mejor productos y servicios Realizar ofertas para nuestros clientes	Pérdida de posibilidad de mejora de condiciones Mal servicio Falta de suministro de mercadería Precio fuera del mercado. Controles anticorrupción	Cumplimiento de condiciones Relaciones a largo plazo Nuevas relaciones a través de obras recientes Cumplimiento de calidad
<b>Ayuntamiento</b>	Acercar posturas en normativas Mejorar presentaciones con técnicos Proponer nuevos retos	Que denieguen licencias Que demoren en exceso los trámites. Que sus supervisiones no sean fideignas. Verificar políticas anti corrupción.	Cumplir las normativas vigentes. Cobrar las tasa e impuestos municipales Velar por el interés de los habitantes
<b>Personal contratado</b>	Mejorar a través del diálogo su compromiso con la empresa Que su opinión sea valorada Detectar oportunidades de mejora Poner en valor su creatividad	Desconocer su expectativas reales No identificar oportunidades de mejora Incumplimiento de expectativas y compromisos Pérdida de Talento	Cumplir con las expectativas hacia la empresa Posibilidad de crecimiento. Mantener la relación con la empresa.
<b>Asociaciones / colectivos</b>	Crear nuevos vínculos con nuevos colectivos. Incentivar la venta cruzada. Promover acuerdos	Que no tenga afinidad con nuestra Urbanización. Que se cree un conflicto de intereses	Satisfacer las necesidades de sus socios Crear vínculos con nuestra empresa. Lograr beneficios sociales.
<b>Abonados</b>	Fidelizarlos. Que pueda traer más amigos o gente cercana. Que sientan que siempre vamos un paso por delante Que se identifiquen con la marca	Que propaguen malas noticias Que no estén conformes con el servicio Que se den de baja Que no consuman	Servicio de calidad en relación al precio Trato cordial y personalizado Instalaciones modernas Aspectos medioambientales
<b>Medios de comunicación</b>	Fomentar buenos comentarios. Crear acciones conjuntas que creen compromisos Realizar acciones con otros medios e interactuar.	Percepción de no transparencia Que la información este distorsionada Que no seamos visibles	Que se le suministre información puntual y veraz Que obtengan beneficios en sus medios Crear acuerdos con nuestra empresa
<b>Huéspedes hotel</b>	Ofrecer siempre nuevas mejoras. Sorprender cada día con servicios y productos nuevos. Que se sientan identificados con la marca. Que sean prescriptores.	Que no cumplan sus iniciativas Que propaguen información incorrecta Que no regrese	Que los aconsejen. Que los atiendan como los mejores huéspedes. Que su estadía sea una experiencia agradable Que puedan ser prescriptores
<b>Propietarios viviendas</b>	Que nos aconsejen a otros compradores. Que nos ayuden a mejorar. Que valoren nuestros servicios.	Que no participen en el crecimiento de la Urbanización	Que la empresa cumpla con sus promesas. Que la empresa cumpla los plazos. Que el concepto de la Urbanización se mantenga. Que su inversión se rentabilice.
<b>Sindicatos</b>	Tener vía de diálogo Crear vínculos con otros colectivos de trabajadores	Que distraigan la atención de los trabajadores	Que los empleados estén afiliados. Que consigan beneficios para sus asociados Diálogo fluido y transparente
<b>Personal externo</b>	Hacer sentir que pertenecen a la empresa Que estén en permanente formación. Que conozcan y vendan nuestro producto.	Que no tengan compromiso con la empresa. Que no se sientan parte de la misma Que dispongan de otros trabajos y se dispersen	Que la empresa desarrolle buenas estrategias. Que aumenten su cuota de clientes Que la empresa cumpla con sus promesas. Mejorar día a día y progresar.
<b>Competidores</b>	Conocer sus productos. Conocer sus debilidades. Aprovechar sus desaciertos.	Que creen alianzas para no favorecernos con otras empresas. Que exploren nuestras debilidades Reclutar a nuestros mejores vendedores	Conocer nuestras ofertas y mejorarlas. Conocer nuestras debilidades.
<b>Comunidad de Vecinos</b>	Poder ofrecer nuestros servicios y prod. Nuevos. Que consuman aquí sus necesidades. Que convivan en un ambiente saludable.	Que se asocien para criticar algunas de las medidas elaboradas que no promuevan el bien común	Interés común Beneficios medioambientales. Que se cumplan las normas de convivencia.
<b>Colaboradores</b>	Gestionar otras carteras de clientes. Dinamizar nuestras bases de datos. Que creen nuevos clientes	Que colaboren con otras personas Que no tengan compromiso Que colaboren más con otras empresas.	Mejorar cartera. Tener más clientes. Conocemos más. Defender nuestro producto.
<b>Entidades Financieras</b>	Mejorar las condiciones para con nosotros. Despertar el interés en nuestros productos. Crear productos compartidos Generar confianza	Que las condiciones empeoren. Que los intereses vayan en aumento. Que recorten financiamiento.	Que cumplamos nuestros compromisos. Que acerquemos nuevos clientes. Que lo promocionemos
<b>Propietarios Empresa</b>	Escuchar a sus asesores. Apostar por un crecimiento sostenible. Fomentar el crecimiento de la empresa.	Que no sea rentable la empresa y la disuelvan.	Que la empresa sea rentable y sostenible. Que no se corran riesgos financieros. Que haya consolidación y crecimiento del negocio. Que se crezca año a año.
<b>Subcontratas</b>	Mejorar relación y calidades. Cumplir con sus compromisos. Mejorar nuestra relación para futuras obras.	Que no cumplan con las expectativas. Que no cumplan con los riesgos laborales Que no cumplan con sus compromisos.	Mantener contratos. Que cumplan las condiciones pactadas.



## 1. PERFIL DE LA EMPRESA

**Año de adhesión al Pacto Mundial: 2013**

**Ejercicio que cubre el Informe de Progreso :**

El informe de progreso cubre del 1 de enero al 31 de diciembre de 2013

**Indicadores y verificación de la memoria:** No se realiza verificación externa del Informe de Progreso pero para su elaboración se tienen en consideración los estándares de GRI.

**Alcance y limitaciones del Informe de Progreso:** Reserva del Higuero SL. manifiesta su compromiso por continuar adoptando medidas que demuestren el compromiso con el Pacto Mundial así como con la Responsabilidad Social Empresarial en su más amplio sentido y en sus tres dimensiones económica, social y ambiental, muestra de ello es la renovación de nuestro compromiso con los 10 Principios. Por extensión, ponemos de relieve nuestra intención de seguir compatibilizando todas nuestras decisiones de gestión empresarial con el modelo de ética y valores con el que asumimos conseguir una sociedad más justa y mejor”

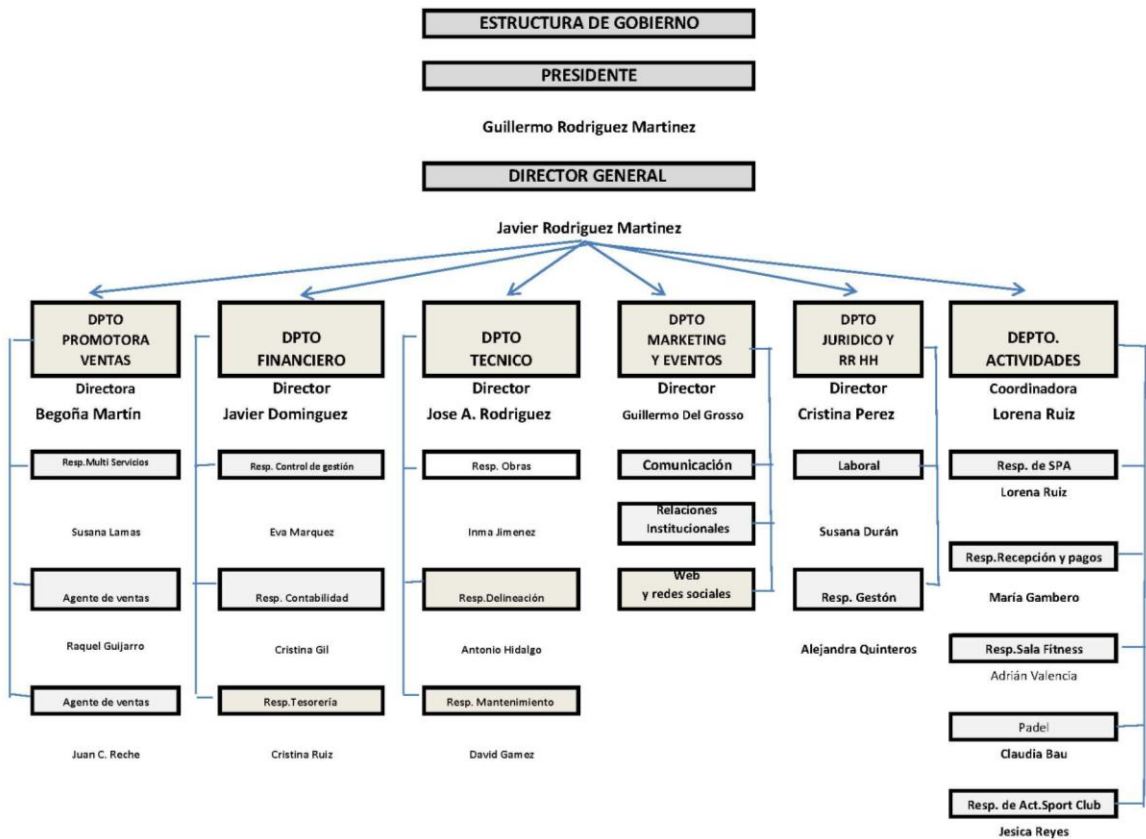
**Difusión del Informe de Progreso:** Este informe se difundirá a través de la página web del Pacto Mundial, de nuestra página Web y en redes sociales.



# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

Estructura de Gobierno/Dirección de la empresa:

(incluir RSC en Comunicación)







## 2. DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

2.0. Análisis de Riesgos

2.1. Derechos Humanos

2.2. Normas Laborales

2.3. Medio Ambiente

2.4. Anticorrupción





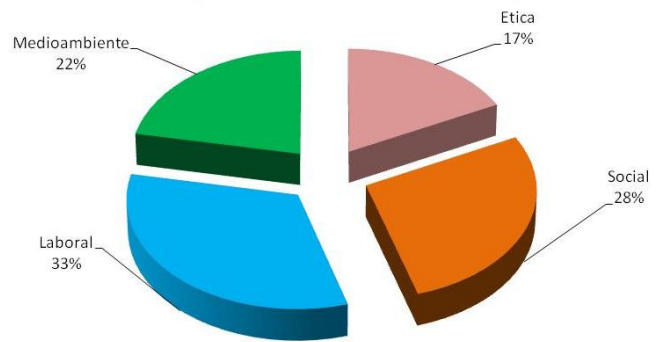
## 2.0. ANÁLISIS DE RIESGOS

### Análisis de riesgos de sostenibilidad

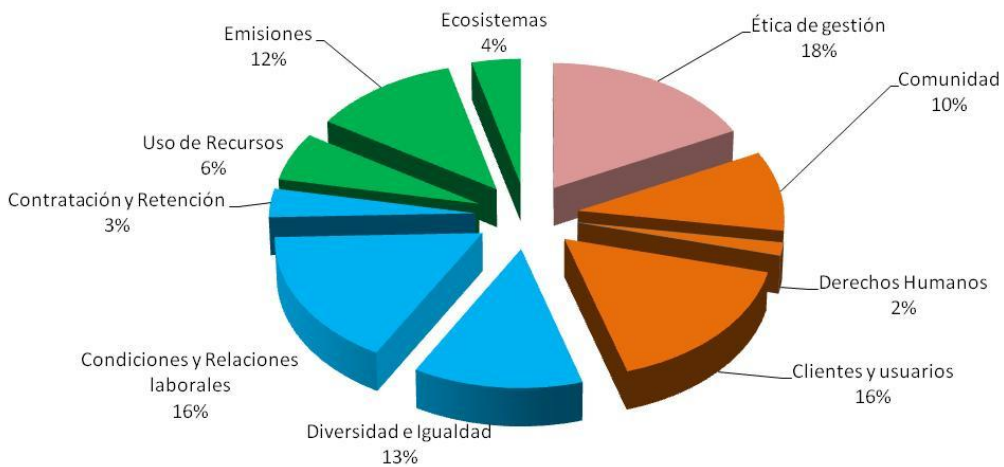
Para determinar la materialidad de cada uno de los Principios, esto es, en que medida cada uno de ellos es relevante para nuestra organización, hemos analizado 4 grande áreas de riesgos relacionados con la sostenibilidad: ética, social, laboral y medioambiental, que se dividen en 10 subáreas.

Área de riesgo	Subáreas
Ética	Ética, soborno y corrupción
Social	Comunidad
	Derechos humanos Clientes / usuarios
Laboral	Diversidad e igualdad
	Contratación y retención
	Condiciones laborales
Medioambiental	Emisiones
	Recursos
	Ecosistemas

**Peso específico de cada Área de Riesgo**



**Peso específico de cada subárea de Riesgo**



## 2.1. Derechos Humanos



### Principio 1

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

### Principio 2

Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.



## DERECHOS HUMANOS

- DIAGNÓSTICO
- POLITICAS Y ACCIONES
- MEJORA PROPUESTAS DE MEJORA APLICABLES A ESTE PRINCIPIO PARA EL PRÓXIMO INFORME DE PROGRESO

**Principio 1:** Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

**Principio 2:** Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

### **Valoración, política y objetivos**

De acuerdo al análisis de riesgos no se contemplan riesgos que vulneren los derechos humanos.

Para Reserva del Higuero, sus recursos humanos son un pilar importante, donde se apoya la compañía y de los que depende para su continuidad y éxito. Por tal motivo, se preocupa por su bienestar, evitando en todo momento poner en riesgo cualquiera de los dos principios citados anteriormente sobre los derechos humanos. Con tales premisas, se considera que no existe riesgo para los derechos humanos dentro del ámbito de actuación de nuestra compañía.

Vela asimismo por el cumplimiento de la normativa que es de aplicación en esta materia (seguridad social, prevención de riesgos laboral, clima laboral, entre otros), tanto dentro de la propia empresa, como en las empresas subcontratadas en las obras de construcción en las que interviene la compañía.



## DERECHOS HUMANOS

### Implementación

Se establecen cláusulas en los contratos con las subcontratas que establecen el cumplimiento (y verificación del mismo) de la normativa y aspectos a tener en cuenta en materia de seguridad social y de prevención de riesgos laborales.

Existe un sistema de gestión que va en la línea de los principios de los derechos humanos.

Los trabajadores pueden exponer abiertamente cualquier circunstancia que consideren que pone en riesgo cualquiera de sus derechos.

### Medición de resultados

Dado que es nuestro primer informe no tenemos un protocolo de informes .





## 2.2. Normas Laborales



### **Principio 3**

Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva

### **Principio 4**

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

### **Principio 5**

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

### **Principio 6**

Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación



## NORMAS LABORALES

- DIAGNÓSTICO
- POLÍTICA Y ACCIONES
- MEDICIÓN DE INDICADORES
- PROPUESTAS DE MEJORA APLICABLES A ESTE PRINCIPIO PARA EL PRÓXIMO INFORME DE PROGRESO

### **Principios laborales**

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

### **Valoración, política y objetivos**

En Reserva del Higuero existe una preocupación real en garantizar el bienestar de sus trabajadores, incluyéndose los derechos recogidos en materia laboral.

De acuerdo a nuestra matriz de diálogo con los grupos de interés en los temas relevantes de su interés tanto los beneficios sociales, posibilidad de desarrollo, la estabilidad en el empleo y una retribución justa son partes integrantes en la valoración.

También se garantiza el cumplimiento del convenio colectivo del sector, además del marco legal en nuestro país, que impide el trabajo a menores, trabajos forzados, etc., quedando salvaguardados los principios 3 al 6.

Esto se hace extensivo a las diferentes empresas subcontratadas.

Se garantiza igualdad de oportunidades dentro de la empresa sin distinción de ninguna índole, no permitiendo ningún tipo de discriminación por sexo, religión, cultura, raza, u otras características que puedan suponer o implicar dicha acción.

Si bien pudiera considerarse la existencia de un riesgo sobre los derechos laborales, en tanto en cuanto Reserva del Higuero trabaja con terceras empresas, no se contempla el riesgo dentro de nuestra compañía y se vigila que no lo exista tampoco para los trabajadores que, perteneciendo a nuestras subcontratas, realicen trabajos dentro de nuestro ámbito de actuación.



## **Implementación**

Se establecen cláusulas en los contratos con las subcontratas que establecen el cumplimiento (y verificación del mismo) de la normativa y aspectos a tener en cuenta en materia de seguridad social y de prevención de riesgos laborales.

## **Medición de resultados**

Dado que es el primer año no tenemos instrumentado un sistema de medición.

A lo largo del año se instrumentará lo siguiente:

- Buzón de sugerencias, centro de llamadas o mecanismo de reclamaciones
- Elevar la conciencia o entrenar a los empleados acerca de los derechos humanos
- Consultar con las partes interesadas y afectadas
- Políticas y procedimientos de recursos humanos en apoyo de los derechos humanos



## 2.3. Medio Ambiente



### **Principio 7**

Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

### **Principio 8**

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

### **Principio 9**

Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.





## MEDIO AMBIENTE

- DIAGNÓSTICO
- MEDICIÓN DE INDICADORES
- PROPUESTAS DE MEJORA APLICABLES A ESTE PRINCIPIO PARA EL PRÓXIMO INFORME DE PROGRESO

### **Principio 7**

Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

### **Principio 8**

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

### **Principio 9**

Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

### **Valoración, política y objetivos**

El medioambiente si es un área relevante de riesgo para nuestra organización, según nuestro análisis, especialmente en las subáreas de emisiones y recursos, y en menor medida en el subárea de ecosistemas, debido a que la actividad de construcción implica tales riesgos.

Al ser la actividad fundamentalmente subcontratada, se contempla el control de estas subcontratas y se verifican los controles de los procedimientos para evitar que se produzcan daños al medio ambiente.

Es nuestra intención solicitar a nuestras contratadas sus mejoras y planes de sostenibilidad en el tema medio ambiental.





### Actualmente

- Iniciativas y programas para reducir la basura (por ejemplo, mediante reciclaje) y el consumo de recursos (energía, combustible, agua, electricidad, papel, embalaje, etc.)
- Actividades dirigidas a mejorar la eficiencia energética de productos, servicios y procesos
- Desarrollo y difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente
- Concientizar a los proveedores al pedir que aporten datos medioambientales sobre sus productos
- Sistema de gestión medioambiental con objetivos y procedimientos para evaluar el progreso, minimizar el impacto negativo y transferir las buenas prácticas
- Asignación de responsabilidades para la protección del medio ambiente dentro de su compañía
- Implementación de tecnologías sostenibles, paneles solares etc

### Medición de resultados

Es nuestra intención iniciar protocolos de mediciones de nuestras actuaciones, estableciendo indicadores de medición de los aspectos más relevantes.



## 2.4. Anticorrupción



### **Principio 10.**

Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.



## ANTICORRUPCIÓN

- DIAGNÓSTICO
- POLÍTICAS Y ACCIONES
- PROPUESTAS DE MEJORA APLICABLES A ESTE PRINCIPIO PARA EL PRÓXIMO INFORME DE PROGRESO

### **Valoración, política y objetivos**

Reserva del Higuero establece su total compromiso en la lucha contra la corrupción. Este Principio es relevante, y así se evidencia en nuestra análisis de riesgos.

Tanto las relaciones con terceros, como sus accionistas y trabajadores propios, están encaminadas precisamente a evitar la corrupción.

Asimismo, la legislación que nos es de aplicación ha establecido mecanismos específicos contra el blanqueo de capitales, haciendo Reserva del Higuero una activa labor de vigilancia en este sentido en todas las operaciones financieras que pudieran ser susceptibles de duda en este sentido.

Las personas de las áreas susceptibles de eventos o incidentes en esta materia, han recibido formación suficiente para evitar tales situaciones ilícitas.







### **Implementación**

- Elevar la conciencia y la capacitación de los empleados en cuanto a las políticas de la compañía sobre anticorrupción
- Participación en iniciativas y otras medidas colectivas dentro del sector en torno a la lucha contra la corrupción

### **Medición de resultados**

Dado que es el primer año no tenemos instrumentado un sistema de medición .





Con el apoyo de:

