

2011

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD



**Aparthotel
Plaza Son Rigo**

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2011

Índice

1. Introducción	3
2. Carta del Administrador	7
3. Perfil de la Organización	12
4. Sobre nuestra Memoria de Sostenibilidad	21
5. Gobierno, compromiso y participación de los distintos grupos de interés	24
6. Dimensión Ambiental	36
7. Dimensión Social	50
8. Dimensión Económica	61
9. Índice del Contenido GRI.....	66
10. Encuesta de Mejora.....	78

1. INTRODUCCIÓN

Sirva la presente introducción para poner en antecedentes al lector poco familiarizado con esta materia.

Cada día cobra mayor relevancia el medio ambiente dentro de la política que las empresas tienen implantadas actualmente, la integración de la sostenibilidad ofrece nuevas oportunidades a estas empresas, que integran los factores económicos junto con los sociales y medioambientales.

Una empresa sostenible es aquella que se orienta a una triple cuenta de resultados, en la que incluir los tres factores mencionados (económicos-sociales-medioambientales), cuidando la forma en que consigue sus beneficios a través de una inversión responsable que llevará aparejada una serie de ventajas con respecto de sus competidores. Cada vez más numerosas empresas deciden invertir en granjearse una reputación sólida y una buena imagen corporativa y de cultura empresarial.

La transparencia informativa supone para la empresa dar a conocer la calidad de las relaciones que su organización mantiene con sus partes interesadas o stakeholders. Nuestras partes interesadas serían:

- ☐ Los Accionistas
- ☐ Los Clientes
- ☐ Los Empleados
- ☐ Vecinos y Población
- ☐ Los proveedores
- ☐ Las Administraciones Públicas.

Lo cierto es que no existe un criterio uniforme aceptado globalmente en lo referente a la formalización de políticas en el ámbito de las responsabilidad social corporativa, pero sí existe en lo relativo a la transparencia informativa y ha sido elaborado por el Global Reporting Initiative. Es un estándar flexible y abierto que pretende evaluar e incrementar la calidad de la información que las organizaciones emiten con relación a la sostenibilidad.

Hasta la fecha, numerosas compañías de todo el mundo han adoptado políticas de transparencia informativa y en su mayoría siguiendo los criterios del G.R.I.

Las memorias de sostenibilidad, siendo un elemento novedoso dentro de las nuevas directrices de la gestión empresarial y corporativa, van cobrando la relevancia que les otorga la posibilidad de dar a conocer el comportamiento económico, social y ambiental de una compañía. En la actualidad crece el número de inversores que se cuestiona donde deposita su capital en función de si una empresa realiza vertidos contaminantes al mar, explota a sus empleados en países en vías de desarrollo o es sancionada por una gestión inadecuada de sus residuos, pues es algo que al final implica poner en juego la seguridad de dicha inversión así como su propia imagen.

Dentro de un informe de sostenibilidad, las políticas de empresa más globales se pueden relacionar directamente con las estructuras de gobierno y los sistemas de gestión.

El Global Reporting Initiative, G.R.I.

En 1997 se constituye el Global Reporting Initiative (GRI), debido a una iniciativa conjunta de la Organización No Gubernamental estadounidense CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) y el PNUMA (Plan de Naciones Unidas para el Medio Ambiente), su objetivo era fomentar la calidad, el rigor y la utilidad de las memorias de sostenibilidad.

Desde sus comienzos, esta iniciativa ha contado con el respaldo y compromiso de empresas, ONGs, auditoras, sindicatos, inversores,...etc. Con esta unión se ha conseguido alcanzar un criterio común en cuanto a cómo elaborar esas memorias de sostenibilidad, aspecto que se ha concretado en la elaboración de la primera Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del GRI y cuyo primer borrador data del año 1999.

El Global Reporting Initiative ha identificado una serie de tendencias que han determinado la rápida evolución y progreso del GRI, y que se encuentran reflejadas en la Guía del 2002, a destacar:

- ☐ La expansión de la globalización
- ☐ La búsqueda de nuevas formas de gobierno global

- ☐ La reforma del gobierno corporativo
- ☐ El papel de las economías incipientes a nivel internacional
- ☐ La creciente notoriedad de las organizaciones
- ☐ La medición del avance hacia la consecución del desarrollo sostenible
- ☐ El interés de los gobiernos en las memorias de sostenibilidad
- ☐ El interés de los mercados financieros:

Progresivamente los mercados financieros están aceptando las memorias de sostenibilidad como uno más de sus instrumentos de análisis. Existe una creciente demanda de fondos éticos y sociales entre los inversionistas.

- ☐ El nacimiento de una nueva contabilidad:

La valoración de los activos fijos (fábricas, equipo y existencias) se debe complementar con la de los activos intangibles (capital humano, capital ambiental, alianzas y sociedades, marcas comerciales y reputación). Mediante las denominaciones de “informes de negocio”, “análisis de activos intangibles” e “informes de valor”, ciertas empresas estudian cómo se deberían actualizar las normas de contabilidad para incluir nuevos parámetros de valor. La economía tradicional que sirvió de base en épocas pasadas no sirve a la economía de la información de nuestros días.

Principios para la elaboración de las Memorias de Sostenibilidad

Los principios se dividen en cuatro grupos:

Primero: **Transparencia y Globalidad**, que son el motor de arranque para su elaboración y sientan la base para el resto del sistema afectando al resto de principios. A estos se suma que la información contenida en la memoria sea **Auditable**.

Segundo: a la hora de decidir los contenidos a incluir en la memoria se tendrán en cuenta los principios de **Exhaustividad, Relevancia y Contexto de Sostenibilidad**.

Tercero: los principios que garantizarán la calidad y veracidad de la información utilizada, siendo los de **Precisión, Neutralidad y Comparabilidad**.

Cuarto: los que afectan a las decisiones sobre el acceso a la memoria de sostenibilidad, siendo: **Claridad y Periodicidad**.

Indicadores para la elaboración de las Memorias de Sostenibilidad

- ☐ Los indicadores económicos van a estudiar el modo en que las actividades empresariales afectan a las partes interesadas con las que interactúan directa o indirectamente, influyendo en su nivel económico.
- ☐ Los indicadores sociales van a evaluar los impactos que causan las empresas dentro de los sistemas sociales en que actúan, influyendo en aspectos clave como el capital humano, la imagen corporativa o la reputación de una marca.
- ☐ Los indicadores ambientales van a cuantificar los impactos de las empresas en los espacios naturales, habitados o no. Los indicadores ambientales referentes a consumo de recursos y generación de residuos nos ayudarán a estimar el ahorro en costes y el incremento en ingresos relacionados con la eficacia de los procesos.

En España son muchas las empresas que han elaborado ya memorias de sostenibilidad. De entre las grandes empresas, tanto del sector público como privado, se cuenta a Inditex, Endesa, Red Eléctrica de España, Gas Natural, Telefónica, Iberdrola, Agbar, Iberia, Paradores Nacionales, Filial española de Ericsson, Filial española de Siemens, Telefónica I+D, Cepsa, RENFE.

2. CARTA DEL ADMINISTRADOR



Presentamos la memoria correspondiente a 2011, NUESTRA PRIMERA MEMORIA. Somos pequeños, somos un una gota de agua en el océano, pero vamos a intentar con ella contribuir, humildemente, a LA SOSTENIBILIDAD que, lejos de ser una moda, entiendo es una necesidad.

Hemos analizado detenidamente los métodos y principios que propone el G.R.I. y llegamos a la conclusión de que coinciden con nuestros métodos y principios, con los que aplicamos a diario desde hace ya muchos años. Por lo que pensamos que simplemente se trataba de ordenar, completar y

adaptar nuestro día a día para obtener esta Memoria.

Desgraciadamente nuestra actividad está afectada por una fuerte estacionalidad. Los turistas mayoritariamente buscan el buen tiempo con lo que las temporadas transcurren de Mayo a Octubre.

No olvidemos que llevamos ya un largo periodo de crisis internacional que afecta también a nuestros mercados emisores, a nuestros clientes.

Debido a ello llevamos 3 años sin subir los precios. Además tuvimos que soportar y asumir la subida del IVA al no poder repercutir esta subida por tener ya los compromisos firmados el año anterior (precios con IVA incluido).

Con vistas a reducir la estacionalidad, a ampliar las temporadas, desde hace unos años venimos realizando inversiones como:

- ☐ La instalación de aire acondicionado
- ☐ La construcción de una piscina interior climatizada, complementándola posteriormente con una sauna y un gimnasio, con la instalación de un motor contra-corriente, de un jacuzzi, de un cañón de agua y de nueva iluminación.

- La habilitación y equipación de un cuarto para bicicletas. Entendemos que el segmento ciclismo es muy importante para conseguir la desestacionalización. Por ello nos han sido reconocidos por parte del Gobierno Balear los sellos:

ESTABLECIMIENTO CICLOTURISTA y

ESTABLECIMIENTO CON SENDERISMO

- También se nos ha concedido la Q de Calidad Turística Balear
- Hemos acudido a ferias importantes del sector.

Conjugando todo ello vamos consiguiendo la meta que toda empresa persigue:

LA RENTABILIDAD

Rentabilidad necesaria que nos permite, desde un presente firme, construir un futuro ilusionante y esperanzador.

Idea de Familia

El accionariado de esta empresa es eminentemente familiar. De hecho sus accionistas son dos familias con participación de todos sus miembros.

De algún modo este espíritu de familia ha ido calando en el modo de actuar y en la percepción, respectivamente, de dos grupos, de dos pilares fundamentales en la estructura de esta empresa:

Los Empleados y los Clientes

Tenemos un excelente grupo humano, fiel, consciente de que la buena marcha del negocio, que pasa por la satisfacción del cliente, redunda en su propio beneficio. Por ello se esfuerzan en dar un servicio al cliente yo diría que extraordinario.

La mayoría lleva acumulados muchos años de antigüedad, se esmeran, se esfuerzan en la atención al cliente.

Si se ha producido alguna baja (sobre todo por jubilación) el relevo no ha tardado en asimilar la filosofía de familia y ofrecerla al cliente, conscientes de la importancia de ese potencial.

Y el cliente ha captado este espíritu y se siente cómodo y lo manifiesta de diversas maneras.

Tenemos clientes que venían a disfrutar sus vacaciones con sus hijos, ahora lo hacen con sus hijos y con sus nietos. Al finalizar sus vacaciones nos dejan el cuestionario de satisfacción con frases que se repiten una y otra vez: “personal muy amable”, “personal muy atento y servicial”, “hotel ideal para familias”, “muy amables con los niños”, “lo recomendaremos”. Y se refieren al personal por su nombre propio. Y comentan lo bien que lo han pasado con sus familiares, con sus vecinos, con sus amigos, con sus compañeros de trabajo. Esto lo constatamos cuando nos contactan pidiendo información y nos revelan quien les recomendó. Incluso es muy común que sea el propio cliente, al solicitar una nueva reserva, el que nos diga “tenemos unos amigos que quieren viajar con nosotros”, “este año mi hermano quiere venir con nosotros”. Tenemos un elevado porcentaje de clientes repetidores.

Los clientes también nos hacen sugerencias de mejora, proponen cambios, nos dan ideas. Al final de cada temporada se cuantifican todas las sugerencias y peticiones, se evalúan, se discuten y se concretan los cambios a introducir. Durante el invierno se llevan a cabo a fin de ofrecerlos en la siguiente temporada.

Durante los últimos años, enumerando lo mas relevante, se han incorporado:

- ☐ Microondas, calentadores de agua y cafeteras eléctricas en TODOS los apartamentos.
- ☐ Se ofrecen tostadoras de pan, secadores de pelo y plancha sobre petición.
- ☐ Se ha instalado WI-FI con cobertura en las habitaciones y en todo el recinto del establecimiento.
- ☐ Se ha mejorado la recepción e incorporado nuevos canales de televisión.
- ☐ En recepción se ha incorporado un lector de documentos para agilizar el check-in
- ☐ Se ha renovado la vajilla y cubertería de los apartamentos.



- ☐ Se ha doblado la oferta de almohadas existente en cada apartamento para que el cliente pueda elegir según su gusto y comodidad.
- ☐ Se ha cambiado el zumo de desayuno por uno de extraordinaria calidad y mundialmente conocido: Minute Maid®, perteneciente al grupo Coca-Cola.

Nuestro agradecimiento a este grupo por colaborar patrocinando la traducción al inglés de esta memoria.

- ☐ Se ha cambiado el café de desayuno, hasta ahora café soluble, por un concentrado de café de calidad superior.

Para el próximo año está previsto:

- ☐ Complementar la red de repetidores de señal WI-FI para mejorar algún problema puntual de recepción de señal.
- ☐ Renovar parte del mobiliario de los apartamentos.
- ☐ Renovar el techo de la piscina climatizada.
- ☐ Instalar un jacuzzi para 6 personas y una ducha de contrastes con lo que podremos ofrecer un completo servicio SPA.
- ☐ Cambiar las cerraduras de las puertas de entrada a los apartamentos por unas electrónicas con tarjeta de proximidad

En resumen, intentamos satisfacer al máximo al cliente, siempre dentro de nuestras posibilidades, volcándonos en un objetivo; que mientras esté con nosotros se sienta

¡como en casa!

Quiero hacer mención también a un hecho relevante para el futuro de esta EMPRESA. Desde hace dos años, miembros pertenecientes a la segunda generación de accionistas se están incorporando poco a poco a la dirección de la Empresa, al tiempo que completan su formación.

Suyas han sido varias iniciativas que ya se han implementado:

- ☐ Se ha mejorado el sistema informático, incorporando nuevo hardware y nuevos programas, mejorando los existentes con resultados excelentes ya contrastados.
- ☐ Se ha mejorado la web, posicionándola en las redes sociales más importantes.
- ☐ Se ha incorporado un nuevo logo que refuerza nuestra imagen.
- ☐ Se ha renovado la decoración y mobiliario de un apartamento, convirtiéndolo en lo que llamaríamos “apartamento piloto” que pretende ser el modelo para una futura remodelación a gran escala.

Con ello, y lo manifiesto orgulloso, creo que la continuidad y el futuro están asegurados.

El Medio Ambiente

Esta entidad, desde hace ya años, está concienciada de los beneficios que reporta la conservación del Medio Ambiente, por dos motivos:

- ☐ Por creer firmemente en ello.
- ☐ Porque nuestros clientes, mayoritariamente extranjeros con un altísimo nivel de concienciación en esta materia, nos lo demandan.

Más adelante, en el apartado correspondiente, se trata este tema en toda su extensión.

Quiero, de todos modos, manifestar nuestra total identificación con la

Carta de la Tierra:

“Respetar la Tierra y la vida en toda su diversidad, reconociendo la interdependencia entre todas las formas de vida.

Cuidar la comunidad de la vida con entendimiento, compasión y amor; aceptando que el derecho a la utilización de los recursos naturales tiene como contrapartida la prevención de los daños ambientales y el respeto al entorno.

Ayudar en la construcción de sociedades democráticas justas, participativas, sostenibles y pacíficas.

Asegurar que los frutos y la belleza de la Tierra sean preservados para que generaciones futuras también puedan disfrutar de ella.”

3. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

3.1. ¿QUIÉNES SOMOS?

EL Aparthotel Plaza Son Rigo pertenece a la sociedad CA'N MONER DE S'ARENAL S.A.

Ofrece servicios de hospedaje. El complejo se compone de:

- ☐ El edificio PLAZA (en propiedad), categoría 3 llaves, con vistas al mar, dispone de 70 apartamentos que suman 209 plazas.
- ☐ El edificio SON RIGO (alquilado a la entidad SON RIGO S.A.), con vistas a los jardines, dispone de 55 apartamentos que totalizan 164 plazas, dispone de cocina y comedor y ostenta la categoría de aparthotel de 3 estrellas.
- ☐ Asimismo es propietaria del Restaurante Marina Plaza Zenit, actualmente alquilado a terceros.
- ☐ También posee el Hotel Nets, de 2 estrellas, 54 habitaciones, 96 plazas. Se adquirió en 2004 mediante leasing. Está ubicado en el entorno de Plaza Son Rigo, desde donde se dirige.

Ca'n Moner de S'Arenal S.A., propietaria del Aparthotel Plaza Son Rigo, se constituyó el 22 de Junio de 1986, teniendo como objeto social principal la explotación de todo tipo de instalaciones turísticas. El domicilio social está ubicado en Avenida Son Rigo, 13-1º de Palma de Mallorca.

3.2. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Plaza Son Rigo cuenta con una Misión, Visión y Valores muy arraigada y presente en todas sus actuaciones y en todo su Equipo de Trabajo.

3.2.1. MISIÓN

Plaza Son Rigo ofrece servicios de hospedaje adaptado a las necesidades y expectativas de sus clientes mediante la prestación de una atención amable, cálida y cercana, teniendo como principio básico la excelencia en esa gestión para que redunde en la satisfacción plena del cliente. Por ello se ofrece la posibilidad de estancias:

- ☐ Solo alojamiento (self catering)
- ☐ Alojamiento y desayuno
- ☐ Alojamiento y media pensión (desayuno + cena)

3.2.2. VISIÓN

Consolidar el relevo generacional manteniendo la filosofía que nos ha llevado a donde estamos, seguir apostando por las nuevas tecnologías y ser reconocida como organización socialmente responsable.

3.2.3. VALORES

EQUIPO HUMANO

- ☐ Desarrollo de orgullo de pertenencia.
- ☐ Reconocimiento a la contribución en los resultados empresariales y al esfuerzo personal.
- ☐ Trabajo en equipo.
- ☐ Desarrollo profesional.
- ☐ Contar con los mejores profesionales.

LIDERAZGO

- ☐ Liderazgo como cultura de empresa.
- ☐ Pasión por los retos.

- ☐ Pioneros en nuevas tecnologías y productos.
- ☐ Capacidad de delegar.

INNOVACIÓN

- ☐ Apuesta por las nuevas tecnologías.
- ☐ Desarrollo de proyectos TIC.
- ☐ Vigilancia tecnológica.

MEJORA CONTINUA

- ☐ Gestión del conocimiento.
- ☐ Anticipación a necesidades del mercado.
- ☐ Optimización de los procesos.
- ☐ Excelencia en la gestión.
- ☐ Formación

COMPROMISO SOCIAL

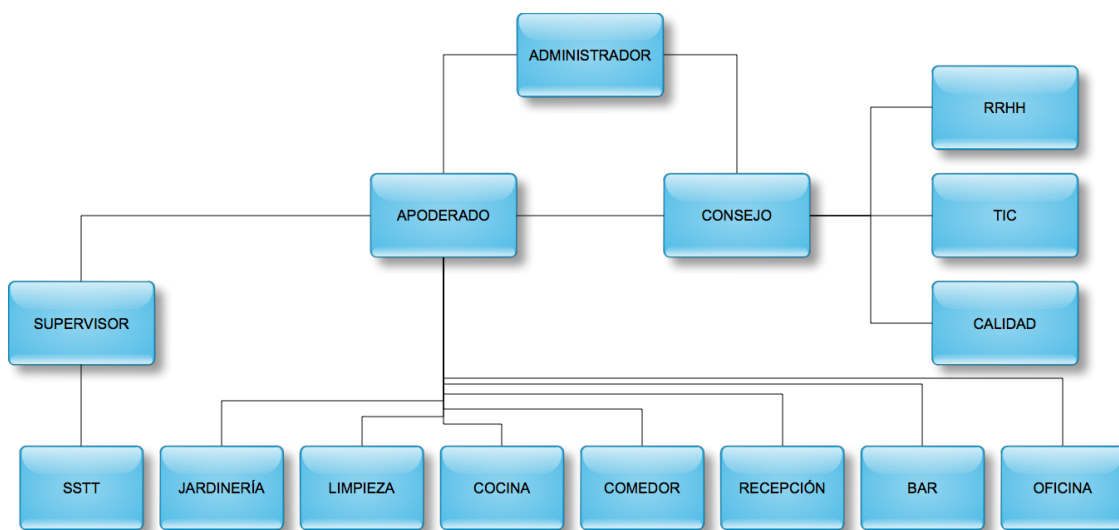
- ☐ Promoción de la igualdad.
- ☐ Conciliación de la vida laboral y familiar.
- ☐ Creación de empleo estable.
- ☐ Compromiso con el Medio Ambiente y la Seguridad Laboral.

ORIENTACIÓN AL CLIENTE

- ☐ Anticipación a las necesidades del cliente.
- ☐ Superación de expectativas.
- ☐ Flexibilidad y agilidad a la evolución del mercado

3.3. ESTRUCTURA FUNCIONAL

Plaza Son Rigo basa su actividad en modelos de gestión que priorizan la optimización de los resultados de la organización y en los que se eliminan los procesos sin valor añadido para los grupos de interés. Todo ello con el objetivo de obtener la máxima satisfacción de nuestros clientes. Siguiendo esta tendencia se ha estructurado un modelo cuyas máximas son la gestión y el cumplimiento de los objetivos estratégicos.



3.4. CIFRAS

Nuestros indicadores de resultado económico durante el año 2011 fueron:

Cifra de negocio: 1.986.897'99 €

Resultado de explotación: + 303.430'93 €

Beneficio neto: + 219.841'37 €

3.5. CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN 2011

ANIMACIÓN

Por primera vez externalizamos este servicio, contratamos con la empresa especializada COSMO que nos provee de una animadora multilingüe. Se le da un cambio, un nuevo aire a esta sección.

Por parte de un grupo entusiasta de nuestros empleados, se pone en marcha un nuevo espectáculo: una parodia de una corrida de toros, haciendo partícipes a los clientes. Actúan periódicamente consiguiendo momentos y escenas divertidos.



Con todo, la valoración de los clientes sobre este departamento ha subido notablemente.

RECEPCIÓN

Incorporamos al puesto de Jefe de Recepción a una persona creemos que muy válida y preparada. Se ha integrado rápidamente en el espíritu de grupo y pensamos es una buena apuesta de futuro.

TECNOLOGÍA

Ampliamos nuestro software con la herramienta Astro XLA, que proyecta la información del programa Astro Hotel sobre una hoja de cálculo Excel, proporcionando una extraordinaria información, muy eficaz para la toma de decisiones. También Astro SSTT para gestionar las averías y reparaciones.

Asimismo incorporamos un programa de la empresa VoxelGroup, que permite enviar las facturas electrónicamente. Esto nos da fiabilidad, al tiempo que nos

hace ahorrar tiempo, papel y tóner de impresora al no tener que imprimir la mayoría de facturas.

Tras una brillante actuación de nuestro departamento de administración conseguimos contratar varios canales de televisión holandeses (aparte de los ya existentes en español, inglés, alemán y sueco), satisfaciendo así las necesidades de uno de los grupos más importantes entre nuestros clientes.

Instalamos una red de repetidores que nos permite ofrecer señal WIFI en todo el complejo y la ofrecemos, además, gratis. Asimismo adquirimos un iPad que se pone a disposición de los clientes.

3.6. PREMIOS Y DISTINCIONES

En 2008 fuimos evaluados satisfactoriamente por IHACC, entidad certificadora alemana a petición de un Tour Operador Islandés.



El Tour Operador suizo HOTELPLAN nos concedió su premio por nuestra contribución ecológica por un turismo sostenible.



Zoover es una de las mayores webs europeas de comentarios de usuarios de alojamientos y destinos turísticos. Se nos recomienda por el gran número de comentarios favorables. Además, nos distinguen tres años consecutivos; 2009, 2010 y 2011.



La empresa PREVIS, nuestro servicio de prevención externo en materia de riesgos laborales, tuvo a bien elegirnos “empresa del mes” en su boletín de Agosto de 2009



4. SOBRE NUESTRA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

El presente documento representa la primera memoria de sostenibilidad elaborada y difundida por Plaza Son Rigo. Esta memoria cubre el desempeño de la organización, en los tres pilares básicos de la sostenibilidad. En su proceso de elaboración se han seguido los principios y orientaciones de la Guía del Global Reporting Initiative (GRI), tanto en la definición de los contenidos de la memoria (materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad), como en la garantía de la calidad de la misma (equilibrio, claridad, precisión, periodicidad, comparabilidad y fiabilidad).

A la hora de determinar la materialidad de la información se han analizado tanto factores internos como externos, como son la misión y estrategia de Plaza Son Rigo, los aspectos más relevantes de los grupos de interés y las expectativas básicas contenidas en los acuerdos y normas internacionales a los que se suscribe la organización.

Es intención de Plaza Son Rigo adoptar y sistematizar la elaboración de memorias de sostenibilidad con el objetivo específico de que la recopilación y análisis de información sirva de herramienta en la toma de decisiones y la información y participación de sus grupos de interés.

Según lo expuesto, se pretende establecer un ciclo bienal de elaboración y difusión de memorias de sostenibilidad a través de la web www.plazasonrigo.com, que sirva a los grupos de interés como elemento informativo y como evidencia de la transparencia en su gestión empresarial.

Transparencia y rigor informativo

La transparencia informativa es fundamental para asegurar la credibilidad del mensaje que Plaza Son Rigo transmite a todos sus grupos de interés.

Plaza Son Rigo posee registros que permiten contrastar y establecer la trazabilidad de todos los datos aportados en la presente memoria en forma de indicadores de desempeño.

Para mostrar los datos e indicadores propuestos por la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad se han seguido los protocolos para la interpretación de los indicadores, mostrando la información en la forma y las unidades descritas en dichos documentos.

Los datos correspondientes a los indicadores de desempeño económico proceden de las cuentas anuales, debidamente registradas.

Alcance y cobertura

La presente Memoria de Sostenibilidad, abarca información y datos correspondientes al año 2011.

Los datos presentados en esta Memoria han sido extraídos de los diferentes archivos que conforman la estructura organizativa de la Empresa. Para la información de tipo general sobre el contenido de la Memoria, el lector debe dirigirse a la oficina central, departamento de administración.

En caso de dudas, el lector de la Memoria de Sostenibilidad 2011, debe dirigirse, como responsable de su elaboración, a Santos Munera, a la siguiente dirección de correo electrónico: santos.munera@plazasonrigo.com, quien se encargará de gestionar las diversas solicitudes de información, a través de los diferentes departamentos.

La información aportada en la presente Memoria de Sostenibilidad abarca los impactos económicos, sociales y medioambientales para Plaza Son Rigo.

Participación de los grupos de interés

Para la elaboración de esta memoria se han tenido en cuenta los aspectos más relevantes de todos los grupos de interés identificados por Plaza Son Rigo. No obstante, uno de los objetivos que se plantea la organización de cara a la próxima Memoria de Sostenibilidad, es determinar las necesidades de los grupos de interés a

los que Plaza Son Rigo encuesta. Al final de esta Memoria se incluye una encuesta para la mejora y detección de necesidades informativas.

Verificación

Debido al coste se ha desistido de someter esta memoria a verificación externa. Se intentará, de cara a nuestra próxima memoria, hacer un esfuerzo e incluir su coste en el presupuesto.

5. GOBIERNO, COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DE LOS DISTINTOS GRUPOS DE INTERÉS

5.1. GOBIERNO

El máximo órgano de gobierno de Plaza Son Rigo es la JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS. Entre sus competencias destacamos la aprobación de la gestión del Administrador así como el nombramiento de este. Aprobar las cuentas del ejercicio y la distribución de resultados. También es el órgano potestativo para la modificación de los Estatutos Sociales.

El Administrador no percibe retribución alguna. La retribución del personal de alta dirección (Apoderado y miembros del Consejo) fue de 57.738 € en 2011.

Plaza Son Rigo ha descrito las funciones, requisitos de acceso, habilidades y conocimientos requeridos para cada uno de los puestos identificados en su estructura de gobierno. De esta manera se asegura que en todo momento las personas que ejercen las actividades de mando están preparadas para dar respuesta a la estrategia marcada por Plaza Son Rigo en los tres pilares de la sostenibilidad (Económico, social y ambiental).

La estructura de gobierno de Plaza Son Rigo se esbozó anteriormente en Estructura funcional.

En la cúpula EL ADMINISTRADOR, que tiene delegadas sus funciones ejecutivas en EL APODERADO y en EL CONSEJO.

EL CONSEJO está compuesto por EL APODERADO y por LOS ACCIONISTAS (miembros de la familia) que se ocupan de los departamentos TIC, RRHH y CALIDAD e INNOVACIÓN.

En el siguiente escalón están EL SUPERVISOR y los JEFES DE LOS DISTINTOS DEPARTAMENTOS.

EL CONSEJO se reúne frecuentemente y siempre que se requiere una toma de decisiones. Sus funciones principales son:

- ☐ Definir una visión estratégica comercial y de negocio.
- ☐ Formular y aprobar el presupuesto anual de inversiones.
- ☐ Realizar el seguimiento y evaluación de los recursos humanos y financieros.
- ☐ Asegurar la coordinación y cooperación entre los diversos departamentos.
- ☐ Gestión de los riesgos y oportunidades.

Política de Gestión

El Consejo de Plaza Son Rigo, a través de la Política de Gestión, establece el marco de referencia al que deben ajustarse todas las actividades y actuaciones de la empresa.

La Política de Gestión aprobada y difundida por El Consejo es integral, recogiendo el compromiso ambiental, los compromisos adquiridos respecto a la calidad, a la seguridad y salud de los trabajadores y el compromiso social.

Desde 2009 la política de gestión se ha reforzado apoyándose en las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), aportando medios humanos y técnicos.

Todas las personas que trabajan en Plaza Son Rigo actúan según las premisas de la Política de Gestión.

Objetivos Estratégicos

La Dirección de Plaza Son Rigo ha definido los objetivos estratégicos a alcanzar en el período 2012-2013. Unos objetivos que, fomentando una cultura de Excelencia, mantengan la visión de la empresa y permitan desarrollar los factores de éxito obtenidos como fuerza principal de impulso de la compañía.

A continuación se detallan los principales Objetivos Estratégicos:

Aumentar la rentabilidad

Plaza Son Rigo tiene como objetivos el reducir costos, responder más rápidamente a las condiciones cambiantes de mercado e incrementar los ingresos, aumentando de esta forma su rentabilidad. Plaza Son Rigo se plantea

el aumento de la rentabilidad presente y futura de la empresa a través de la mejora de todos sus procesos.



Ser una empresa excelente e innovadora

Plaza Son Rigo apuesta por la incorporación de políticas, estrategias y prácticas socialmente responsables, así como por orientar sus actividades hacia una gestión sostenible.

Conscientes de que la mejor forma de servir a los intereses a largo plazo de la empresa y de las personas que la integran es adoptar un enfoque ético, Plaza Son Rigo integra en su estrategia los aspectos sociales y ambientales en las relaciones con sus grupos de interés.

Potenciar la imagen de marca

Plaza Son Rigo seguirá trabajando en este período la imagen de marca, aumentando el concepto de empresa social, tecnológica e innovadora. Siempre

con un enfoque socialmente responsable, con los colectivos y sistemas con los que interactúa, Plaza Son Rigo apuesta por transmitir una imagen homogénea y acorde con sus capacidades tecnológicas. Por ello, sigue trabajando en la mejora de los canales de comunicación con sus diferentes públicos, siempre con una política de transparencia informativa.

Mejorar la productividad

Plaza Son Rigo consciente de que las empresas deben ser cada vez más competitivas implanta técnicas para la mejora de la productividad y la optimización de los procesos productivos.

Para ello apuesta por la innovación, no sólo adaptándose y utilizando las nuevas tecnologías e invirtiendo en nuevos procesos de producción, bienes y servicios, sino también reorganizando sus recursos humanos y sus métodos de gestión.

Fomentar y canalizar los procesos innovadores

La innovación se ha convertido en uno de los principales factores estratégicos de competitividad en las empresas. Por ello, Plaza Son Rigo hace frente al futuro apostando por la innovación como seña de identidad, aplicando metodologías para la innovación a través del estudio y la creatividad, y fomentando las acciones entre sus empleados para canalizarla.

Para ello, Plaza Son Rigo puso en marcha en 2011 un buzón de sugerencias mediante el cual cualquier empleado puede hacer llegar a la dirección todas aquellas propuestas de mejora que consideren importantes para la empresa.

Maximizar oportunidades de negocio

Plaza Son Rigo trabaja diariamente por la fidelización de sus clientes, ofreciendo un servicio de calidad y comprometiéndose con sus expectativas y necesidades. Desde siempre ha apostado por el efecto sinérgico que supone la colaboración con otras entidades del ámbito empresarial. Para conseguir maximizar las oportunidades de negocio, Plaza Son Rigo potencia su presencia en asociaciones locales y provinciales y que a su vez están representadas a nivel nacional. Se ha estado presente en diferentes jornadas, congresos y ferias donde comparte información con otros agentes y afianza relaciones.

Potenciación del liderazgo

Los líderes desarrollan y facilitan la consecución de la misión y la visión de la empresa, implantando los valores para alcanzar los objetivos estratégicos. Por ello, Plaza Son Rigo seguirá identificando, potenciando e implicando a los líderes, asegurando así que el sistema de gestión de la organización se desarrolla e implanta.

Retención de talentos

Para Plaza Son Rigo es un factor fundamental contar con profesionales altamente cualificados y capacitados para asumir los objetivos propuestos por la dirección. Por ello, la política de Recursos Humanos está basada en el desarrollo de las capacidades de los empleados, apostando por el fomento de la creatividad, la capacidad de trabajo en equipo, una formación especializada y la flexibilidad, reconociendo el esfuerzo personal como valor fundamental en la consecución de los objetivos.

Aumento de la satisfacción del cliente con respecto a 2011 de aquellos aspectos con resultados más bajos.

Orientado al establecimiento de acciones de mejora para los aspectos del servicio y de la gestión de Plaza Son Rigo que son más críticos.

Sistematizar la extracción de datos de la empresa

Con este objetivo se pretende que la información y los procedimientos seguidos en la preparación de los Informes/ Memorias, (Cuentas Anuales, Declaración Medioambiental, Memoria de Sostenibilidad, etc.) sean recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados con la máxima fiabilidad y precisión.

5.2. COMPROMISO CON INICIATIVAS EXTERNAS

- ☐ ASOCIACION HOTELEROS PLAYA DE PALMA, es la más cercana, la de nuestra zona. Mantenemos una estrecha relación y colaboración. Nuestro Administrador es socio fundador, fue durante cuatro años Presidente y en la actualidad es presidente honorífico.
- ☐ F E H M, Federación Empresarial Hotelera de Mallorca, a la que pertenece nuestra Asociación de Hoteleros y con la que también nos une una estrecha

colaboración. Nuestro Administrador, durante los últimos años, ha pertenecido a su Junta Directiva.

- C E S, Consejo Económico y Social. Es un organismo consultivo del GOVERN DE LES ILLES BALEARS. Nuestro Administrador ha sido durante los últimos años Consejero en la parcela de Economía, representando a la FEHM.
- FOMENTO DEL TURISMO DE MALLORCA, entidad centenaria. Nuestro Administrador es socio y perteneció a su Junta Directiva.
- CAMARA DE COMERCIO. Nuestro Administrador fue miembro del pleno de la comisión de comercio, representando al sector de hostelería.

Hemos acudido a ferias importantes del sector como:

- FITUR en Madrid
- ITB en Berlín
- VAKANTIEBEURS en Utrecht (Holanda)
- En Múnich (Alemania) hemos asistido a la feria organizada por nuestro mas importante Tour Operador en cuanto a volumen de negocio: ITS, del Grupo REWE.

5.3. COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Plaza Son Rigo identifica y clasifica a sus grupos de interés basándose en la relación que mantienen con las áreas funcionales de la empresa con el objetivo de adquirir un compromiso y una comunicación continua y sistematizada, que le permite dar respuesta a sus necesidades y expectativas.

Sus grupos de interés son todos aquellos grupos de personas o colectivos que son objeto, directa o indirectamente, de impactos económicos, sociales y medioambientales significativos, resultado de las actividades que desarrolla la organización, y sobre los que tiene capacidad de influencia. Asimismo se incluyen todos aquellos grupos que puedan de alguna manera afectar a la organización.



5.3.1. NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Los ACCIONISTAS

Como se indicó anteriormente el accionariado de esta Entidad lo componen dos familias:

- ☐ Familia Vidal-Tomás, con el 75,1 %
- ☐ Familia Mir-Buchens, con el 15 %
- ☐ Autocartera 9,9 %

Los CLIENTES

La satisfacción del cliente se recoge mediante un formulario que se entrega a todos los clientes antes de su salida, depositándolo posteriormente en un buzón instalado en recepción. La encuesta dirigida por el Dpto. de Calidad y Medio Ambiente permite captar la opinión y la valoración de los clientes acerca de su nivel de satisfacción con respecto a su estancia en general, y con el servicio que se ofrece en cada departamento y con las instalaciones.

Es una herramienta de valor inestimable ya que, al procesarse a diario, permite una actuación correctiva rápida. Permite conocer las posibilidades de mejora y necesidades según la perspectiva del cliente.

Permite determinar en qué aspectos clave debe focalizarse el esfuerzo de la empresa de cara a aumentar el grado de satisfacción de sus clientes, y con ello aumentar su fidelización. Mensualmente se extraen los resultados que son valorados y comparados y, tras un exhaustivo análisis, se establecen las acciones a desarrollar por todos los departamentos para aumentar el nivel de satisfacción de los clientes y cubrir así sus necesidades y expectativas. .

Los resultados mensuales se van acumulando para, a final de temporada, valorarlos en su conjunto.

A continuación se ofrecen los resultados de los últimos 3 años:

	2009	2010	2011
Valoración obtenida en una escala de 0 a 10	8.25	8.24	8.2
% de clientes que respondieron	38.48	38.47	33.06

Al ser el porcentaje de respuesta considerable entendemos que los resultados son muy válidos.

Los EMPLEADOS

El capital humano estuvo formado en 2011 por 22,17 trabajadores. Nótese que este dato es el resultado de aplicar la fórmula estándar trabajador/año. Si tenemos en cuenta sólo los meses de actividad (la temporada turística) el número de trabajadores prácticamente se dobla.

Están repartidos entre los departamentos:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Recepción | <input type="checkbox"/> Comedor |
| <input type="checkbox"/> Limpieza de pisos | <input type="checkbox"/> Bar |
| <input type="checkbox"/> Cocina | <input type="checkbox"/> Servicios Técnicos |

- | | |
|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Oficinas | <input type="checkbox"/> TIC |
| <input type="checkbox"/> Jardinería | <input type="checkbox"/> RRHH |
| <input type="checkbox"/> Animación | <input type="checkbox"/> Calidad-Innovación |

Todos nos conocemos, nos relacionamos a diario. Saben lo cercanas y accesibles que son las personas a las que, en caso de necesidad, han de acudir.

En materia de riesgos laborales se cumple escrupulosamente con la Ley, todos los empleados son formados según su actividad, se realiza la vigilancia de la salud con revisiones médicas en los plazos correspondientes.

El índice de siniestralidad en cuanto a accidentes laborales es muy bajo.

Desde la Dirección se promueve la asistencia del personal a seminarios, cursillos, conferencias. Tenemos personal formado en materias como Gestión Medioambiental, Prevención de Legionella, Mantenimiento de Piscinas, Riesgos Laborales, APPCC, Ley de Protección de Datos (LOPD), Ley de Igualdad, etc.

Incluso se organizó en nuestras instalaciones, en tiempo de desocupación, en el mes de Marzo, un curso de 20 horas de alemán básico al que asistieron unos 20 trabajadores.

El Departamento de RRHH puso en marcha un buzón de sugerencias destinado a los empleados de la empresa para hacer llegar a la Dirección todas aquellas propuestas de mejora que consideren importantes para la empresa.

También, en Septiembre, se realizó una valoración de clima laboral. Se repartió un cuestionario a todos los empleados, con instrucciones de introducirlo en el buzón de sugerencias para dar mayor libertad y privacidad a la encuesta.

He aquí los resultados:

- ☐ Cuestionarios repartidos: 33
- ☐ Cuestionarios contestados: 12 (36 %)

Preguntas planteadas:

1. En el desarrollo de tu trabajo, ¿qué tarea es la que más te gusta?
☐ TRATO CON EL CLIENTE 42%

2. Para mejorar tu trabajo y encontrarte mejor en él, ¿qué cosas cambiarías?
 - ☐ MÁS MEDIOS HUMANOS 50 %
 - ☐ MÁS MEDIOS MATERIALES 17 %
3. ¿Qué novedades se podrían introducir para mejorar?, tanto en tu departamento como en general
 - ☐ MAS MEDIOS HUMANOS 17 %
 - ☐ REFORMAS 17 %
4. Para mejorar la satisfacción del cliente, en lo que concierne a tu departamento, ¿Qué cambiarías?
 - ☐ REFORMAS 50 %
 - ☐ MÁS MEDIOS HUMANOS 8 %

Es coincidente la opinión de nuestros empleados con la filosofía de esta empresa; la mejora continua, el mantenimiento y puesta al día de las instalaciones.

En lo referente a los medios humanos, se van a estudiar medidas para corregir algunas deficiencias.

VECINOS Y POBLACIÓN

Analizamos a este grupo como receptor del impacto medioambiental que esta Empresa puede producir como resultado de sus actividades. Exponemos a continuación distintas iniciativas que tratan de minimizar dicho impacto:

- ☐ Estamos ubicados en una calle ocupada en un lateral por vehículos aparcados, quedando como espacio libre para circular el justo por donde transitan, aparte de vehículos en general, los autobuses que transportan a nuestros clientes y los camiones que nos suministran mercancías los cuales, al no haber espacio para aparcar, han de parar en mitad de la calzada, entorpeciendo el tránsito y causando molestias a los que vienen detrás, en ocasiones vecinos.
- ☐ Solicitamos y se nos concedió, por parte del Ayuntamiento, un espacio reservado para autobuses y carga/descarga. Con ello se solucionó el problema.
- ☐ Nos llegaron quejas de vecinos de una determinada zona del Aparthotel, en el sentido de que clientes nuestros, normalmente jóvenes que vuelven a altas horas de la madrugada, hacían ruido y perturbaban su descanso. Pusimos sobre aviso al vigilante para que extremara la vigilancia y apercibiera a los clientes sobre las consecuencias de sus actos, minimizando el problema.

- ☐ Los comercios de nuestro entorno se ven favorecidos por el flujo de personas que aportamos y que son potenciales clientes para ellos. Así nos lo manifiestan.
- ☐ Periódicamente, a petición de la Asociación de Hoteleros, elaboramos un inventario de deficiencias que después se trasladan al Ayuntamiento para su posterior reparación. Tales como deficiencias en alumbrado y mobiliario urbano, socavones en la calzada y aceras, tapas de alcantarilla y rejillas-desagüe de pluviales en mal estado, ramas de árboles con peligro de caída, etc.
- ☐ También colaboramos, en materia de seguridad, respondiendo cuestionarios según denuncias de nuestros clientes sobre robos, cometidos en la calle, en los autobuses, en la playa. Posteriormente se comunican los informes a la Policía, lo cual facilita su labor.
- ☐ Establecimos convenios con un Instituto de la zona y con la Escuela de Turismo para acoger estudiantes durante su periodo de prácticas, en las secciones de recepción, cocina y servicios técnicos.
- ☐ También acogimos durante 4 meses a una persona discapacitada que recibió formación en oficinas y en recepción.
- ☐ La FEHM, a través de la ACH (Asociación de Cadenas Hoteleras) y los clubes rotarios de las Islas Baleares, ponen en marcha una campaña de recogida de alimentos para entregar a ONGs que lo distribuyen a comedores sociales y también directamente a familias necesitadas. Colaboramos entregando a la FUNDACION PATRONATO OBRERO 83 kilos de alimentos no perecederos (de almacén seco).
- ☐ Colaboramos con la FEHM en su encuesta sobre costes hoteleros.
- ☐ Colaboramos con la FEHM en su encuesta sobre clima empresarial.

LOS PROVEEDORES

Los proveedores son parte esencial de esta Empresa. Su capacidad de influencia en la calidad de los productos y servicios, en el desarrollo de nuestra actividad y en la mejora de la eficiencia, les convierte en parte importante para el negocio y valor de la empresa.

Dada la actividad desarrollada por esta Empresa, el detalle de productos y servicios requeridos a proveedores es:

- ☐ Bienes de equipo
- ☐ Mercaderías
- ☐ Energía
- ☐ Agua

□ Servicios

A igualdad de condiciones, se procura elegir productos y servicios autóctonos.

Es norma el cumplir escrupulosamente con los plazos de pago. Nos consta que nuestros proveedores nos valoran especialmente por este motivo.

LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

En el marco del Desarrollo Sostenible, es necesario coordinar los esfuerzos de las empresas y las Administraciones en objetivos comunes que permitan el avance paralelo en las líneas económicas, sociales y ambientales.

En este sentido, Aparthotel Plaza Son Rigo colabora con las diferentes administraciones, Ayuntamiento, Comunidad Autónoma y Administración Central.

- Nos hemos adherido al HES (HOTEL ENERGY SOLUTIONS), programa promovido por el Ayuntamiento de Palma y la OMT (Organización Mundial del Turismo).
- Regularmente proporcionamos datos sobre ocupación a la Conselleria de Turisme (Gobierno Balear). Datos que, una vez analizados, ayudan a tener una visión de la situación y que son base para la toma de decisiones.
- Asimismo proporcionamos datos al INE (Instituto Nacional de Estadística), sobre diversas materias como información económica, empleo y nivel de implantación de nuevas tecnologías.
- Hace unos años llevamos a cabo una instalación de energía solar térmica para producción de agua caliente sanitaria con asesoramiento y ayuda económica del IDAE (Ministerio de Industria) y la Conselleria de Industria (Gobierno Balear).

6. DIMENSIÓN AMBIENTAL



6.1. POLÍTICA Y ESTRATEGIA

Plaza Son Rigo manifiesta su compromiso de protección del medio ambiente, así lo declara el Administrador en su carta . Detallamos una serie de acciones que se llevan a cabo:

- ☐ Creemos en el poder de la formación y por ello uno de nosotros ha recibido formación como Técnico en Sistemas de Gestión Ambiental (Norma ISO 14001:2004 y EMAS), además de tener en cuenta esta formación como variable muy influyente en la actuación con respecto al medio ambiente.
- ☐ Reciclamos vidrio, papel-cartón , envases y restos orgánicos. A los clientes se les informa sobre ello y colaboran en gran medida. Hay contenedores estratégicamente colocados. Hemos ampliado el número de contenedores.

- ☐ Nos hemos adherido al nuevo y especial programa de recogida selectiva en hoteles de EMAYA (Empresa Municipal encargada de la recogida de residuos), que surge del convenio firmado con las asociaciones de hoteleros de Palma y Playa de Palma, y, que según ésta, supone "el paso más importante en materia de separación de residuos para su reciclaje desde que se instalaron los primeros contenedores de vidrio y papel/cartón en Palma en 1994".
- ☐ Producimos agua caliente sanitaria mediante placas solares térmicas. Se realizó la instalación en 1995 subvencionada en parte por el IDAE (Ministerio de Industria del Gobierno Central) y por la Conselleria de Industria del Gobierno Balear.
- ☐ Reciclamos aceite vegetal usado.
- ☐ Se reciclan tubos fluorescentes, lámparas y pilas usadas que son recogidos por los proveedores de estos productos.
- ☐ En tiempo de poda, los restos de la misma son llevados a vertedero autorizado, donde son tratados convenientemente.

Asimismo se llevan a cabo unas buenas prácticas, básicas pero con impacto importante a nivel medioambiental, tales como:

- ☐ Instalación de sistemas de reducción del caudal de agua en el inodoro como mecanismos de doble descarga, contrapeso por cisternas o reductores de presión.
- ☐ Instalación grifos monomando con temporizador en las zonas comunes, para eliminar la posibilidad de dejar grifos abiertos.
- ☐ Instalación de sistemas de medida de consumo de agua y realización de las operaciones de mantenimiento adecuadas.
- ☐ Utilizamos para el riego difusores, aspersores y goteros con diferentes tipos de caudales, alcances y recorridos. Regamos en las horas de menos calor.
- ☐ Ajustamos la cantidad de agua en cocina para la cocción de los alimentos.
- ☐ En cocina, seleccionamos las verduras en recipientes con agua y no bajo el chorro.
- ☐ Seleccionamos en las lavadora y lavavajillas el programa más económico con respecto al consumo de agua y utilizarlos siempre con carga completa o, en su defecto, lavado de media carga o ecológico.
- ☐ Consideramos el ruido y la vibración como criterio a la hora de seleccionar los equipos a comprar.
- ☐ Exigimos a los proveedores que apaguen el motor de sus vehículos mientras descargan, en la medida de lo posible.

- ☐ Organizamos la entrega de mercancías por parte de los proveedores evitando las horas tempranas y tardías.
- ☐ Realizamos las cargas de refrigerante por personal especializado.
- ☐ Realizamos un mantenimiento periódico de los sistemas de generación de frío.
- ☐ A la hora de adquirir equipos de aire acondicionado tenemos en cuenta criterios medioambientales como potencia, nivel de ruido, gases que contiene, etc. Minimizando los efectos perjudiciales sobre el medio ambiente.
- ☐ Realizamos mediciones periódicas de los gases de combustión.
- ☐ Limpiamos los filtros de las campanas extractoras de la cocina desengrasándolos semanalmente y anualmente todos los conductos por parte de una empresa externa.
- ☐ Ofrecer en la medida de lo posible transportes alternativos al coche, como el uso de la bicicleta (Poseemos sello IQT, con certificación como establecimiento especializado en cicloturismo y senderismo, año 2008)
- ☐ Procuramos comprar productos en envases retornables.
- ☐ Empleamos gas natural como combustible para alimentar las calderas.
- ☐ Utilizamos sistemas de alumbrado de bajo consumo, como por ejemplo: de sistema PLA, tubos fluorescentes de 26mm, lámparas fluorescentes compactas, lámparas de descarga, etc.
- ☐ Utilizamos, en la medida de lo posible, los electrodomésticos en horario de tarifa nocturna.
- ☐ Tenemos situadas las cámaras frigoríficas alejadas de fuentes de calor y con suficiente ventilación.
- ☐ Revisamos periódicamente todos los electrodomésticos.
- ☐ Utilizamos interruptores temporizados que aseguren la desconexión de la iluminación.
- ☐ Realizamos un mantenimiento preventivo del alumbrado limpiando las luminarias.
- ☐ Pintamos las paredes con colores claros que permiten que se refleje la luz.
- ☐ Aclaramos los platos antes de introducirlos en el lavavajillas, así se consigue que el programa de limpieza se ajuste a las necesidades.
- ☐ Conectamos el termostato en el momento de encender el horno.
- ☐ Controlamos mediante un termómetro adicional la temperatura de las cámaras frigoríficas.

- ☐ Desconectamos el horno antes de terminar la cocción de los alimentos con el fin de aprovechar el calor residual.
- ☐ Reutilizamos internamente el papel usado, como por ejemplo, en listados de uso interno, en pruebas de impresión, hojas en sucio, bloc de notas, etc.
- ☐ Utilizamos sistemas informáticos para la transmisión de la información en lugar del correo o del fax, en la medida de lo posible.
- ☐ Disponemos de contenedores o papeleras específicos de vidrio, plástico, papel, pilas, para los clientes.
- ☐ Almacenamos los residuos peligrosos (disolventes y botes de pintura, pilas, productos fitosanitarios, tubos fluorescentes, etc.) sobre un suelo pavimentados y techado, en una zona ventilada y a cubierto de las inclemencias del tiempo.
- ☐ No tiramos ningún tipo de pila mezclada con la basura.
- ☐ Compramos muebles y enseres que tengan un ciclo de vida largo.
- ☐ Evitamos, en la medida de lo posible, el uso de pesticidas y herbicidas.
- ☐ Al utilizar productos de limpieza seguimos las recomendaciones del fabricante en cuanto a dosificación.
- ☐ Utilizamos elementos naturales para la limpieza como el limón y el vinagre, siempre que esto es posible.
- ☐ Descongelamos los alimentos en la cámara frigorífica, que rebaja la temperatura del interior del frigorífico.
- ☐ No enfriamos los alimentos calientes (de más de 65 pc) en la cámara frigorífica. En el año 2008 adquirimos un Abatidor de Temperatura para la cocina.
- ☐ Utilizamos toda la superficie en las bandejas de la tostadora de pan.
- ☐ No dejamos la puerta abierta del frigorífico más tiempo del necesario y procuramos no abrirla y cerrarla constantemente.
- ☐ Adquirimos productos reciclables, reciclados y/o biodegradables.
- ☐ Agotamos completamente el contenido de los envases de materias primas.
- ☐ Compramos envases que están adheridos a algún sistema de depósito, devolución y retorno al proveedor. Adquirimos las botellas de agua de vidrio con este fin y en envase tipo PET, que es menos costoso, en cuanto a energía, de fabricar.
- ☐ Comprobamos la fecha de envasado y de caducidad al comprar productos frescos.
- ☐ Reducimos el consumo de papel y potenciamos el reciclado del mismo

- ☐ Ajustamos el stock de materiales a las necesidades, con lo que reduciremos el volumen de los residuos de materiales estropeados o caducados.
- ☐ Instalamos telas mosquiteras, esta medida reduce el uso de insecticidas.
- ☐ Elegimos plantas autóctonas para el jardín: “savines”, “boix”, “garrover”, “llorer”, “ullastre”, “pi verd”, “pi blanc”, “romaní”, “tamarell”, ...
- ☐ Adquirimos y servimos productos locales, de temporada y muchos de ellos, ECOLÓGICOS.
- ☐ Empleamos recipientes con tapa ajustable para guardar los alimentos en lugar de utilizar papel de aluminio o papel de plástico.
- ☐ No compramos pescado que no de la talla adecuada.

Por último, nos hemos adherido al HES (Hotel Energy Solutions), programa promovido por el AYUNTAMIENTO DE PALMA DE MALLORCA, en colaboración con la OMT (Organización Mundial del Turismo).

Por su extraordinario interés reproducimos a continuación la descripción de este proyecto que hace el propio Ayuntamiento.



DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La Organización Mundial del Turismo y el Ayuntamiento de Palma han firmado un acuerdo de colaboración por el que la ciudad de Palma se convierte en el primer destino piloto de costa en implementar el proyecto "Soluciones Energéticas para los Hoteles". Palma es uno de los cuatro destinos piloto, en la UE, seleccionados para participar en la iniciativa de la OMT.

A nivel europeo, el proyecto se está aplicando en cuatro importantes destinos comprometidos con el desarrollo sostenible del turismo y la innovación en eficiencia energética y energías renovables. Junto a España, con Palma como destino de costa, el resto de destinos piloto elegidos para tener la oportunidad de impulsar su sostenibilidad y la competitividad probando la versión beta del eToolkit HES y recibiendo formación por parte de las agencias líder en Europa son: Bonn-Alemania, como destino urbano; región de Haute-Savoie en Francia, como destino de montaña y Strandja-Bulgaria, como destino rural.

El proyecto 'Soluciones Energéticas para los Hoteles' está diseñado para impulsar la competitividad y sostenibilidad del sector hotelero y se basa en la entrega de herramientas prácticas para alentar a los pequeños y medianos hoteles para invertir en eficiencia energética y energías renovables. Gracias a ello, los hoteles reducirán sus gastos operacionales, incrementarán su competitividad y, finalmente, ayudarán a atenuar el impacto del sector en el cambio climático y a promover la sostenibilidad.

"Soluciones Energéticas para los Hoteles" es una iniciativa cofinanciada por la UE coordinada por la OMT, con el Programa medioambiental de las Naciones Unidas (UNEP), la Asociación Internacional de Hoteles y Restauración (IH&RA), el Consejo Europeo de Energías Renovables (EREC) y la agencia francesa de medio ambiente y energía (ADEME).

En el proyecto participarán un mínimo de 25 hoteles de la ciudad de Palma que tendrán la oportunidad de beneficiarse, de forma gratuita, de formación especializada en eficiencia energética y energías renovables a cargo de un número de agencias líderes en Europa en los ámbitos del turismo y la energía.

La iniciativa "Soluciones Energéticas para los Hoteles" incluye 3 actuaciones:
Elaborar una serie de herramientas y materiales para ayudar a los pequeños y medianos hoteles a planificar y a invertir en eficiencia energética y en tecnologías de energías renovables.
Testear esas herramientas en los hoteles y aprovechar las conclusiones para mejorar.
Informar sobre estas herramientas, difundiendo y promoviendo las soluciones prácticas adecuadas para los pequeños y medianos hoteles.

En los hoteles que participen, el proyecto aspira a lograr:

Un aumento del 20% en eficiencia energética.

Un aumento del 10% en el uso de tecnologías de energías renovables.

Descripción del Proyecto HES del Ayuntamiento de Palma

RESPONSABILIDAD

Plaza Son Rigo ha identificado los aspectos ambientales directos fruto de sus actividades

Para poder establecer actuaciones de control de los aspectos ambientales se evalúa su importancia sobre la preservación del medio ambiente, para determinar aquellas actividades que tienen un mayor impacto sobre el medio ambiente.

Los impactos directos más significativos de las actividades de Plaza Son Rigo son:

Aspecto	Impacto
Consumo de combustible	Agotamiento de los recursos naturales
Consumo de electricidad	Contaminación atmosférica por CO ₂
Consumo de gas	Coste ambiental de gestión y tratamiento
Consumo de agua	Afección a la depuración del sistema de depuración municipal
Consumo de materias primas	
Generación de residuos peligrosos	
Generación de residuos NP	
Vertido de agua residual a alcantarillado	

Cabe señalar que no contribuimos a saturar vertederos, ya que el Ayuntamiento de Palma clausuró el vertedero municipal. Los residuos que no se reciclan se incineran, pagando por ello una tasa especial.

DESEMPEÑO

Plaza Son Rigo ha identificado todos los aspectos ambientales directos fruto de sus actividades, así como aquellos aspectos ambientales indirectos derivados de los proveedores, ya que la responsabilidad de Plaza Son Rigo no finaliza en sus acciones directas sino que se extiende a sus colaboradores.

EVALUACIÓN A PROVEEDORES

Plaza Son Rigo dispone de un procedimiento dentro del Sistema APPCC para la evaluación de Proveedores, de tal forma que se trabaje con empresas que superen los criterios de evaluación mínimos definidos.

6.2. ASPECTOS AMBIENTALES

Los aspectos ambientales pueden ser clasificados en entradas (consumos de materias primas, energía, agua) y salidas (residuos, emisiones, vertidos). A continuación se muestran algunos datos para entender los impactos asociados a nuestros aspectos ambientales, así como las políticas específicas y medidas implementadas para eliminar o minimizar dichos impactos.

ENTRADAS/CONSUMOS

Materias primas: La mayor parte de las compras son las destinadas al departamento de restauración (cocina y bar), por lo que los residuos que generan, envases y materia orgánica, se reciclan.

Un menor porcentaje de las compras lo componen los productos químicos, los cuales separaremos en dos grupos: detergentes y productos para tratamiento del agua de consumo y de las piscinas.

Los detergentes son biodegradables. Entre los productos, digamos, más agresivos hemos consumido:

<input type="checkbox"/> Hipoclorito	5325 L
<input type="checkbox"/> Ph-	640 L
<input type="checkbox"/> Antialgas	840 L
<input type="checkbox"/> Clarificante	7,5 K

ENERGÍA

Consumo directo de energía (Combustibles fósiles)

Plaza Son Rigo consume combustible por el uso de sus vehículos. Los combustibles utilizados son gasoil y gasolina. El consumo durante 2011 ha sido:

Litros anuales: 1.816

Consumo indirecto de energía (Consumo de electricidad)

El consumo indirecto de energía significativo para Plaza Son Rigo es el producido por el consumo de energía eléctrica adquirida a las compañías operadoras.

kwh anuales: 375.764

Plaza Son Rigo ha puesto en marcha una serie de medidas paliativas para contribuir a la disminución del consumo eléctrico, como son:

- ☐ Traslado al personal de instrucciones concretas.
- ☐ La centralización por áreas del control de la temperatura de climatización, evitando la manipulación continua de la temperatura, que produce un gasto eléctrico innecesario.
- ☐ Apagado del sistema de iluminación durante la parada correspondiente a la comida, así como al final de la jornada.
- ☐ Cierre de las ventanas mientras que los equipos de frío y calor están en funcionamiento.
- ☐ Apagado de los ordenadores al finalizar la jornada laboral.

Agua

El consumo de agua de Plaza Son Rigo proviene exclusivamente de la red municipal, en 2011 consumimos:

12.657 m³

Gas

Consumimos gas para alimentar las calderas y cocina, durante 2011 el consumo fue:

24.089 m³

SALIDAS

Emisiones

La única emisión atmosférica significativa derivada de la actividad de Plaza Son Rigo es el CO₂. Este gas de efecto invernadero es producido de manera indirecta por consumo eléctrico y de manera directa por el consumo de combustibles fósiles de nuestros vehículos automóviles y por el consumo de gas.

CO₂ derivado del consumo eléctrico en 2011

$$375.764\text{kwh} * 381\text{g CO}_2/\text{kwh} = 143'17\text{Tn de CO}_2$$

CO₂ derivado del consumo de combustibles en 2011

$$1.816\text{ L} * 2'56\text{ kg co}_2/\text{L} = 4'65\text{Tn de CO}_2$$

CO₂ derivado del consumo de gas en 2011

$$24.089\text{ m}^3 * 2'02\text{ kg co}_2/\text{m}^3 = 48'66\text{Tn de CO}_2$$

TOTAL EMISIONES DE CO₂ EN 2011 : 196'48Tn

Los factores de conversión según la guía para la estimación de las emisiones de CO₂ para el transporte de The Greenhouse Gas Protocol Initiative. El factor de conversión considerado es 2,56 Kg CO₂ litro de combustible (media entre el gasoil -2,74 Kg CO₂- y la gasolina -2,38 Kg CO₂-).

Los factores de conversión para la estimación de las emisiones de por el consumo de gas es el proporcionado por la reconocida marca ROCA, fabricante de quemadores a gas. Considera que por cada m³ de gas consumido se emiten 2'02 kg de CO₂

Desde hace años, en las instalaciones de frío, no se emplean gases con CFCs (Clorofluocarbonos) que dañan la capa de ozono. Se sustituyeron por:

- ☐ R422D en las cámaras frigoríficas.
- ☐ 404 A en la cámara congeladora.
- ☐ R134A en la máquina de cubitos de hielo y en la nevera del show cooking.
- ☐ 410 A para el aire acondicionado.



Vertidos

En la actividad realizada por Plaza Son Rigo no se producen vertidos de tipo industrial o con especiales características contaminantes.

Las aguas residuales producidas son las debidas al uso de las instalaciones sanitarias y por la actividad propia de restauración. También por el vaciado de piscinas. El cloro empleado en el mantenimiento de las mismas se desvanece quedando como residuo simplemente sal. El pH es un ácido para corregir la dureza del agua.

El anti-algas se compone de “polímero de cloruro” e “hidroxipropileno de amonio”, se desvanecen.

El clarificante es “sulfato de alúmina”, se desvanece.

Así pues, no se consideran aspectos ambientales significativos.

Derrames

En 2011 no se ha producido ningún derrame significativo de producto químico. Los envases de productos químicos se depositan sobre unas cubetas para, en

caso de derrame, evitar que el producto contamine el suelo o vaya a parar a la red de alcantarillado.

Residuos

Los residuos generados por Plaza Son Rigo son convenientemente separados y reciclados.

Reciclamos papel/cartón, envases, vidrio, orgánica, pilas, fluorescentes y bombillas, aceite usado de cocina, restos de poda y cartuchos de tóner de faxes e impresoras..

Tenemos evaluado:

- ☐ El volumen de aceite reciclado:
 - ☐ Aceite vegetal comprado: 1.750 L
 - ☐ Aceite usado reciclado: 800 L

La recogida de aceite usado corre a cargo de la empresa GEN OLI MALLORCA que lo convierte en biodiesel.

- ☐ Los restos de poda. La empresa de jardinería ALFREDO MARTIN DIAZ, encargada del mantenimiento de nuestro jardín transportó al vertedero municipal de "Son Reus" 3.740 Kg, donde la empresa TIRME los procesa y son destinados posteriormente a la agricultura.

Plaza Son Rigo apuesta por la valoración del resto de residuos en un futuro próximo.

Queremos resaltar un aspecto relativo a las emisiones de CO₂ y son las "NO EMISIONES":

- ☐ Nuestra instalación de energía solar térmica, que proporciona agua caliente, actualmente con 63 colectores tipo UNISOLAR activos, proporcionan una potencia de 76.174'12 KW/hora ^[1] que equivalen al consumo de 6.453'68 m³ de gas 1 que multiplicando por 2'02 resultan 13'04Tn de CO₂ que no se emiten.
- ☐ El aceite usado reciclado tiene un rendimiento del 87% ^[2], con lo que con él se producen 696 litros de biodiesel. El vehículo que lo consume, en vez

¹ Datos extraídos del proyecto inicial de instalación

² Datos proporcionados por la empresa GEN OLI BALEAR

de los clásicos combustibles fósiles (gasolina/gasoil), deja de emitir 1'61Tn de CO₂.^[3]

- En nuestras instalaciones hemos venido sustituyendo las clásicas bombillas incandescentes por otras de bajo consumo, incluso algunos LEDS. Según estudio realizado, las lámparas de bajo consumo han funcionado durante el año 2011 1.042.291 Horas. Calculando la relación^[4] resultan 43,43Tn menos de CO₂ emitidas.

Por tanto, si totalizamos estos tres elementos tenemos un TOTAL DE 58,8Tn DE CO₂ QUE DEJAMOS DE EMITIR, lo que equivaldría a la emisión de CO de 30 coches durante un año.

OBJETIVOS Y METAS

Plaza Son Rigo se ha propuesto como objetivo para 2012-2013:

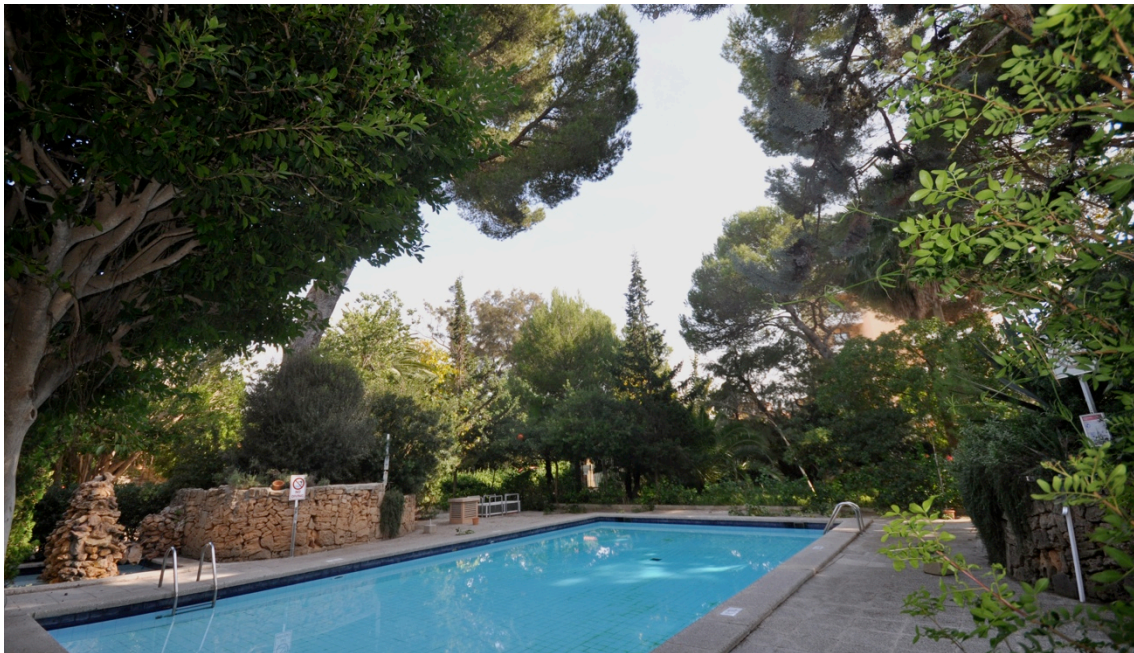
- Bajar el ratio de consumo de electricidad/cliente.
- Disminuir el ratio de consumo de agua/cliente.
- Disminuir el consumo de papel.

Resaltamos que una parte del consumo de agua es destinado al riego de nuestro extenso jardín.

Tenemos solicitado al Ayuntamiento de Palma regar con agua procedente de depuración terciaria. La red está cercana y, de hecho, los jardines públicos de primera línea de playa la emplean.

³ La utilización del biodiésel supone asimismo una reducción del 90% en las emisiones de CO₂ considerando el ciclo completo del producto, ya que el origen del mismo –el aceite- surge de plantas que han depurado CO₂ en el proceso de fotosíntesis. Datos de ACCIONA, productor de biodiésel, entre otras importantes actividades

⁴ Estudio según el cual si sustituimos una bombilla incandescente tradicional por una de bajo consumo, por cada 24 horas de funcionamiento, evitamos emitir aproximadamente 1 Kilo de CO₂ a la atmósfera



7. DIMENSIÓN SOCIAL

El compromiso social de la empresa, siempre liderado por la dirección, abarca diversos ámbitos.

Plaza Son Rigo se concibe como una empresa comprometida íntegramente con su entorno y con la sociedad en la que desarrolla su actividad. Es por ello que lleva a cabo una política de gestión acorde a este compromiso, teniendo como principal objetivo responder a las exigencias y expectativas de los grupos de interés con los que interactúan día a día.

7.1. POLÍTICA Y ESTRATEGIA

PRÁCTICAS LABORALES

Uno de los activos más valiosos que tiene Plaza Son Rigo es la cualificación e implicación de todo su equipo humano. Dentro de la estrategia de dar respuesta a los grupos de interés, Plaza Son Rigo entiende que el desarrollo de sus profesionales es clave para el futuro y crecimiento de la entidad. De esta forma, se lleva a cabo una política de recursos humanos orientada a garantizar el crecimiento sostenido de la organización y encaminada a fomentar el potencial de sus empleados.

El compromiso en Plaza Son Rigo se fundamenta en que cada profesional se identifique con el proyecto empresarial. La compañía se concibe como un todo donde las personas son uno de los pilares fundamentales y donde el esfuerzo personal de cada uno contribuye a conseguir los objetivos deseados.

Plaza Son Rigo desarrolla una línea de actuación en materia de recursos humanos orientada a promover el empleo estable y la inserción laboral, apostando por la flexibilidad con sus empleados, la formación y el desarrollo de sus profesionales, unida a una política de prevención de riesgos laborales.

Plaza Son Rigo entiende que uno de los elementos diferenciadores y generadores de éxito empresarial son sus profesionales. Por este motivo, el crecimiento sostenido que está experimentando la compañía en los últimos años ha ido de la mano de una política de contratación continua y estable.

Desde la empresa se realiza un gran esfuerzo en atraer, desarrollar y retener a los empleados más valiosos. Plaza Son Rigo da prioridad a aquellos perfiles con competencias técnicas de alto nivel y a personas formadas y preparadas para un mercado tan exigente como el actual. De esta forma, desde Plaza Son Rigo se cuidan al detalle los procesos de selección de personal, donde se requiere no sólo un perfil profesional apto para el puesto en cuestión sino que también se estudia el perfil humano de los nuevos empleados que se van a incorporar a la empresa.

Plaza Son Rigo apuesta por el empleo estable y de calidad de sus trabajadores, consciente de que el éxito profesional debe ir parejo al éxito personal para que sea sostenible.

La posición que ocupa actualmente Plaza Son Rigo en el mercado no sería posible sin un conjunto de profesionales altamente capacitados y en continuo proceso de formación. La política de recursos humanos de la empresa va encaminada a promover el desarrollo y las capacidades de sus empleados, diseñando acciones formativas para éstos con el fin de facilitarles el desarrollo de su actividad laboral e impulsar su progreso profesional.

DERECHOS HUMANOS

Plaza Son Rigo respeta escrupulosamente los derechos humanos de todos sus trabajadores. Por este motivo vigila que sus actividades se desarrollen cumpliendo la legislación Nacional e internacional.

La implicación de Plaza Son Rigo en el cumplimiento de la seguridad y la salud en el trabajo hace que las medidas y actuaciones no sean sólo para sus empleados directos, sino también para los de nuestros proveedores. Plaza Son Rigo les exige el cumplimiento del apartado “coordinación de actividades empresariales” de la Ley de Riesgos Laborales que obliga al cliente a dar a conocer al proveedor los riesgos a los se exponen sus trabajadores cuando

actúan en su recinto y al proveedor informar a su cliente sobre la formación recibida por sus trabajadores.

Plaza Son Rigo es absolutamente respetuoso con la igualdad efectiva entre mujeres y hombres.

SOCIEDAD

La sociedad entendida desde el contexto más amplio es uno de nuestros grupos de interés.

En Plaza Son Rigo se intenta estar al día en cuanto a conocer las necesidades y expectativas de los diversos agentes sociales para poder integrarlas en nuestros objetivos y nuestra estrategia.

PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Es objetivo estratégico de Plaza Son Rigo proporcionar servicios de calidad que superen las necesidades y expectativas de nuestros clientes, por ello es nuestro objetivo certificarnos en el sistema de Gestión Ambiental EMAS, del que estamos en periodo de implantación.

Esto pasa por conocer y dar cumplimiento a todos los requisitos aplicables a nuestros servicios, ya sean requisitos legales asumidos de manera voluntaria, o requisitos específicos establecidos por los propios clientes, tanto en relación con salud y seguridad, como en las instalaciones y protección de datos.

Responsabilidad

Las responsabilidades asociadas al compromiso social de Plaza Son Rigo se han asignado a través de la estructura jerárquica de la organización. En general, todas las personas de la organización son responsables de que estos principios sean entendidos, implantados y respetados.

Desempeño

COMPROMISO CON NUESTROS PROFESIONALES

PLANTILLA

Plaza Son Rigo apuesta por el empleo estable y de calidad, consciente de que el éxito profesional debe ir parejo al éxito personal en aras de una sostenibilidad. La plantilla se mantiene año tras año manteniendo profesionales altamente cualificados, con una elevada capacidad de trabajo en equipo y de aportar soluciones innovadoras y altamente tecnológicas.

A continuación se representan una serie de indicadores que muestran las características y composición de la plantilla de Plaza Son Rigo.

<input type="checkbox"/> Personal fijo:	91%
<input type="checkbox"/> Personal eventual:	9 %
<input type="checkbox"/> Hombres:	35 %
<input type="checkbox"/> Mujeres:	65 %

Plaza Son Rigo tiene un compromiso con sus trabajadores, por eso mantiene la plantilla a pesar de la crisis de los últimos años.

ROTACIÓN DE EMPLEADOS

Las bajas que se han producido en la plantilla de Plaza Son Rigo durante el periodo objeto de estudio son nulas. Se ha atendido una petición de excedencia por el deber de atender ascendientes incapacitados y dos peticiones de reducción de jornada para atender hijos menores.

CONVENIO COLECTIVO

Todos los trabajadores de PLAZA SON RIGO están sujetos al Convenio Colectivo de Hostelería de las Islas Baleares. Este convenio tiene carácter provincial.

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

La Seguridad y Salud en el trabajo es para nuestra empresa una prioridad. Plaza Son Rigo profundiza y se evalúa continuamente para conseguir mejorar, día a día, en este aspecto.

Para que la Seguridad y la Salud en el trabajo sea una realidad en cada uno de los empleados y personas que interactúan con la empresa, la acción preventiva no sólo se plasma en estudios y evaluaciones, sino que es una realidad en la

práctica y las acciones de la entidad, contando con el apoyo de la Dirección y llegando a todas las áreas que la forman.

Un compromiso firme por parte de la entidad, es el de minimizar los riesgos tanto para los empleados como para todos aquellos que pudieran estar expuestos a peligros asociados con su actividad.

SERVICIO DE PREVENCIÓN

El servicio de prevención adoptado por Plaza Son Rigo está concebido para minimizar los riesgos en el trabajo y erradicar la siniestralidad laboral, involucrando tanto a los mandos directivos, quienes coordinan el desarrollo práctico de los principios preventivos en su propia área, como a los propios trabajadores, que, con la formación necesaria, colaboran y cooperan en el cumplimiento de los principios recogidos en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.

Se tiene contratado un servicio externo encomendado a la empresa PREVIS (de Mutua Balear).

Según su último informe en cuanto a cumplimiento de la normativa respecto a los Riesgos Laborales nos dieron una puntuación de 98 sobre 100 posible.

Se tiene designado a un trabajador como persona delegada para esta materia, así como también se tiene designado un recurso preventivo.

Plaza Son Rigo promueve la participación de todos los empleados en la Prevención de Riesgos Laborales en la empresa.

DATOS DE ABSENTISMO Y SINIESTRALIDAD LABORAL 2011

<input type="checkbox"/> Total horas de trabajo previstas	39773
<input type="checkbox"/> Total horas de trabajo perdidas	1519
<input type="checkbox"/> Total horas de trabajo reales	38254
<input type="checkbox"/> % Absentismo	3,81%

En lo referente a siniestralidad, en 2011 se registraron 4 accidentes, de los cuales 3 de ellos no causaron baja laboral. Uno de ellos, leve (esguince de pie) causó 43 días de baja.

Por tanto, el índice de siniestralidad sería del 0,76%

CONTROL DE LA CONTRATACIÓN

La implicación de Plaza Son Rigo en el cumplimiento de la Seguridad y la Salud en el trabajo hace que las medidas y actuaciones no sean sólo para sus empleados directos, sino también para todos aquellos empleados de empresas suministradoras de mercaderías y de servicios.

La herramienta empleada es una de las disciplinas de la Prevención de Riesgos Laborales: LA COORDINACIÓN DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES, que se basa en el cruce de información entre las empresas, relativa a los posibles riesgos que pueden afectar a los trabajadores durante el desempeño de sus funciones en nuestras instalaciones.

POLÍTICA DE FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL

La posición que ocupa actualmente Plaza Son Rigo en el mercado no sería posible sin un conjunto de profesionales altamente capacitados y en continuo proceso de formación. La política de recursos humanos de la empresa va encaminada a promover el desarrollo y las capacidades de sus empleados, diseñando acciones formativas encaminadas al desarrollo de su actividad laboral e impulso de su progreso profesional.

La formación de la plantilla incrementa la productividad de los trabajadores, aumenta su motivación, genera una mayor confianza en la propia organización, y disminuye la sensación de estancamiento profesional, incrementando, al mismo tiempo, los periodos de permanencia en la empresa.

La empresa concibe la formación como un elemento clave en su estrategia empresarial.

Plaza Son Rigo trabaja en la implementación de programas formativos continuos, que mejoran tanto los conocimientos técnicos, como las habilidades requeridas para cada puesto de trabajo. Desde esta perspectiva se analizan las propuestas que nos llegan sobre cursos, seminarios, jornadas, etc., presenciales, online o mixtos, proporcionando la información a los trabajadores.

Datos formación 2011

<input type="checkbox"/> Total horas formación	1080
<input type="checkbox"/> Total acciones formativas	21
<input type="checkbox"/> N° de asistentes	52
<input type="checkbox"/> Horas formación/empleado asistente	20,77
<input type="checkbox"/> Inversión en formación	1.900,00 €

Formación por categorías 2011

<input type="checkbox"/> Dirección	425
<input type="checkbox"/> Jefes de Departamento	208
<input type="checkbox"/> Resto de categorías	447
<input type="checkbox"/> TOTAL de horas	1080

Acciones formativas destacadas

- ☐ Dos cursos de alemán de 20 horas presenciales cada uno, llevado a cabo en nuestras instalaciones. Se prioriza este idioma debido a que buena parte de nuestros clientes es de esta nacionalidad.
- ☐ Cursos orientados a cumplir la legislación y nuevas normas.
- ☐ Cursos enfocados a la formación en nuevas tecnologías y nuevas técnicas.

IGUALDAD

La gestión de la igualdad, la diversidad y la conciliación en la empresa son parte de la Responsabilidad Social y la ética empresarial.

Las empresas con mejores perspectivas de futuro serán las que dispongan de mejor capital humano, y esto sólo es posible reclutando a las personas desde la perspectiva de la igualdad.

Plaza Son Rigo favorece la inserción de la mujer en el ámbito laboral. En 2011, el porcentaje de mujeres en puestos de relevancia (directivos y jefes de departamento) fue del 36%.

La igualdad de oportunidades, lejos de añadir una carga o impedimento adicional, tiene un papel fundamental en la consecución de empresas más productivas. La consideración de la igualdad de oportunidades como factor productivo contribuye al aumento de las oportunidades individuales y a la

reducción de los riesgos sociales. El introducir criterios de igualdad en la gestión empresarial aporta numerosos beneficios, como la mejora del clima laboral y las relaciones laborales, el incremento de la motivación y la productividad. Se está formando a uno de nuestros trabajadores en “como confeccionar un PLAN DE IGUALDAD”, para desarrollarlo en 2012 y profundizar en este tema.

El Convenio Colectivo establece una remuneración según categorías, Plaza Son Rigo lo aplica sin distinción de sexos.

No se tiene constancia en Plaza Son Rigo de ningún incidente de discriminación ni de acoso moral o sexual en el ámbito laboral.



CORRUPCIÓN

En Plaza Son Rigo ha calado una dinámica de comportamiento para combatir la corrupción dentro de la empresa. Esta dinámica, que es común a todas las personas de la organización, pretende que todos los trabajadores se involucren para mantener un comportamiento ético y de integridad profesional.

No se tiene constancia de ningún incidente de corrupción.

PARTICIPACIÓN EN POLÍTICAS PÚBLICAS

Plaza Son Rigo no participa ni contribuye a la financiación de ningún partido político, no ejerciendo actividades de “lobbying”, ni formando parte de ningún grupo de presión e influencia en cuanto al desempeño de las instituciones públicas y la definición de políticas públicas.

La organización no ha participado ni se ha visto involucrada en prácticas monopolísticas o contra la libre competencia que fomente la competencia desleal.

7.2. COMPROMISOS CON LOS CLIENTES

PUBLICIDAD RESPONSABLE

En el marco de las actividades encaminadas a conseguir una gestión ética y responsable, Plaza Son Rigo practica una publicidad responsable. Además del marco legal de aplicación, se ha establecido una autorregulación basada en principios y prácticas que son de aplicación en el proceso de captación comercial. El compromiso de Plaza Son Rigo en este sentido se basa en las siguientes pautas:

- ☐ Comunicar sin estimular un consumismo desmedido o un endeudamiento irracional de sus clientes.
- ☐ Comunicar las características y atributos de los servicios en función de expectativas reales y racionales del público objetivo, propiciando una publicidad de marcado carácter informativo.
- ☐ Comunicar en base a las necesidades actuales de los clientes, y no en base a la creación de necesidades nuevas e innecesarias que no comporten una mejora para los consumidores.
- ☐ Comunicar sin utilizar imágenes, mensajes o argumentos publicitarios que impliquen la utilización de las personas como objetos, así como las que impliquen un atentado contra la dignidad de las mismas.
- ☐ Comunicar con la máxima transparencia y claridad, facilitando el máximo conocimiento y entendimiento de sus ofertas.
- ☐ Comunicar sin dirigirse a personas que, por sus características o condiciones personales, no puedan ejercer un consumo responsable.
- ☐ Comunicar sin utilizar publicidad comparativa.

- ☐ Comunicar sin que los regalos promocionales, cuando por necesidades comerciales sean necesarios, desvirtúen o alteren sustancialmente la oferta comercial principal.
- ☐ Comunicar fomentando el uso de materiales, así como de los medios o canales, respetuosos con el medio ambiente, procurando un uso eficiente y responsable de los mismos.
- ☐ Comunicar evitando que las acciones individuales dirigidas a sus clientes, sean intrusivas en su vida diaria, y que el envío de ofertas personales no se adecue a sus verdaderas necesidades e interés.
- ☐ Comunicar prestando especial atención en la publicidad y marketing que pudiera ser interpretada como sexista.
- ☐ Realizar contratos equitativos, incluyendo garantías, respeto por los derechos de los consumidores, neutralidad tecnológica y acceso a reparación.

Hasta el momento, Plaza Son Rigo no ha detectado ningún incidente relacionado con las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

Durante el período objeto del presente informe no se tiene constancia de sanciones o multas respecto a:

- ☐ La privacidad y la fuga de datos personales de clientes.
- ☐ Regulación legal o de códigos voluntarios a los impactos de los servicios en la salud y seguridad.
- ☐ Cualquier otro tipo de leyes y regulaciones
- ☐ Normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.

Plaza Son Rigo tiene un procedimiento para detectar las reclamaciones y quejas de nuestros clientes en base al cuestionario de satisfacción que se facilita a los mismos. Además, están los canales propios de los Tour Operadores. Durante 2011 nos han llegado varias reclamaciones (a veces simples discrepancias) por esta vía que están en periodo de alegaciones. Comparando estas reclamaciones con el total de clientes del periodo el resultado es ínfimo, con lo que podemos decir que las incidencias en este capítulo son inapreciables.

De todos modos dejar constancia de nuestra insatisfacción aunque fuera una sola reclamación.

Ello hace, si cabe aun más, redoblar nuestros esfuerzos por conseguir una satisfacción plena de nuestros clientes.

SEGURIDAD Y SALUD DEL CLIENTE

Aparte del servicio de alojamiento Plaza Son Rigo ofrece el servicio de comedor, en la modalidad de media pensión (desayuno y cena). Está muy bien valorado por los clientes. Los procesos de la cocina-comedor se rigen por el sistema de salud alimentaria denominado APPCC (Análisis de Peligros, Puntos Críticos y de Control), según establece la normativa de la Conselleria de Sanidad del GOBIERNO BALEAR.

Una empresa externa, LABORATORIO BIOCCAL, realiza una auditoría mensualmente. La auditoría se centra en los siguientes apartados:

- ☐ Higiene personal
- ☐ Equipamiento de la cocina
- ☐ Manipulación de alimentos
- ☐ Limpieza y desinfección
- ☐ Analítica de alimentos
- ☐ Agua sanitaria
- ☐ APPCC: Sistema de autocontrol
- ☐ Piscinas

Durante 2011 se realizaron 7 auditorías, de Abril a Octubre, con un sistema de puntuación del 0 al 100. La media de las 7 auditorías arrojó un resultado de 98'8.

No se registró ningún incidente que pudiera afectar a la seguridad y salud del cliente.



8. DIMENSIÓN ECONÓMICA

El desempeño económico es un aspecto fundamental en cualquier organización. Visto desde un amplio contexto, las empresas que como Plaza Son Rigo se han adentrado en el ámbito de la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social, la estabilidad y firmeza económica adquiere mayor sentido, y un compromiso extra. Se toma conciencia de que la organización es motor de riqueza para la sociedad y elemento de desarrollo para la comunidad en la que opera, permitiendo el desarrollo y la realización personal y profesional de las personas que trabajan en ella.

8.1. POLÍTICA Y ESTRATEGIA

Nuestra estrategia empresarial, tal y como se recoge en los objetivos estratégicos definidos por la Dirección, pasa por alargar la temporada, permanecer mas tiempo abiertos, afianzarnos en nuestros mercados de origen e intentar ampliarlos y aumentar y mejorar la productividad y la rentabilidad de nuestras actividades.

8.2. RESPONSABILIDAD

El control del desempeño económico de la organización se realiza a través del Área de Administración. Esta dependencia de la empresa es la encargada de controlar y gestionar los gastos e inversiones, así como reajustar el presupuesto anual.

En cualquier caso, la estabilidad y el correcto desempeño en materia económica se sustenta en la responsabilidad de todas aquellas personas con decisión sobre el uso de los recursos económicos de la empresa. En este sentido se ha definido una escala de responsabilidades y competencias sobre las compras y contrataciones dentro de la organización.

8.3. DESEMPEÑO

DESEMPEÑO ECONÓMICO

□ Importe neto de la cifra de negocio	1.709.881'78
□ Costes de explotación	225.015'18
□ Costes de personal	546.143'92
□ Tributos	44.833'35
□ Resultado de explotación	225.400'83
□ Ingresos financieros	5.002'49
□ Gastos financieros	56.495'40
□ Resultado antes de impuestos	131.629'64
□ Impuesto sobre beneficio	18.754'24
□ Resultado del ejercicio	75.016'95
□ Reservas	1.179.133'42

EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

La evaluación y el seguimiento del desempeño económico se realizan a través de varios instrumentos de control:

En primer lugar se han definido una serie de indicadores económicos que permiten evidenciar la salud económica de la empresa, así como su desarrollo y evolución.

Anualmente las cuentas son aprobadas por la Junta General de Accionistas.

Riesgos económicos derivados del cambio climático

Plaza Son Rigo no está directamente amenazada por riesgos económicos derivados del cambio climático y de la degradación del medio ambiente.

Únicamente la necesidad y el compromiso adquirido por Plaza Son Rigo de dar cumplimiento a todos los requisitos legales aplicables, junto con el progresivo y necesario endurecimiento de la normativa ambiental, puede generar de manera ocasional un incremento de los gastos en obras y proyectos, y en consecuencia una menor rentabilidad.

DEDUCCIONES Y SUBVENCIONES

Plaza Son Rigo ha recibido de la Conselleria de Medi Ambient, del Gobierno Balear, una subvención de 3.962'75 € como ayuda para la implantación del Sistema de Gestión Medioambiental EMAS. El total de la inversión prevista, en materia de medios humanos puestos a disposición de este objetivo es de 5.228'76 €, por lo que la subvención cubre el 75'79%.

Hay que añadir que otra partida de inversión importante en este proyecto fue la adquisición de contenedores para separación de los diferentes residuos. En concreto el gasto fue de 5.960'00 €, cantidad fuera de subvención y que asumió íntegramente Plaza Son Rigo.

8.4. PRESENCIA EN EL MERCADO

Plaza Son Rigo ofrece sus servicios a todo aquel que esté dispuesto a utilizarlos. La procedencia de nuestros clientes fue:

<input type="checkbox"/> Alemania	43'95%
<input type="checkbox"/> Holanda	24'45%
<input type="checkbox"/> Países Escandinavos	13'65 %
<input type="checkbox"/> España	5'96%
<input type="checkbox"/> Francia	1'66%
<input type="checkbox"/> Rusia	1'35%
<input type="checkbox"/> Italia	1'34%
<input type="checkbox"/> Resto de países europeos, y, en menor medida, del resto de Continentes.	6'30%

Nuestro posicionamiento en Internet facilita que seamos accesibles desde cualquier parte del mundo.

La presencia del mercado nacional entre nuestra clientela es escasa, debido indudablemente a que el servicio de Aparthotel que ofrece Plaza Son Rigo no es muy demandado por dicho mercado.

Plaza Son Rigo, con su actividad, consigue un doble beneficio para la sostenibilidad:

- ☐ Crea riqueza en la zona donde ejerce su actividad.
- ☐ Ahorro de combustibles fósiles asociados al transporte de personas, mercancías y equipos.

Tanto el Administrador como el Apoderado y los miembros del Consejo tienen su residencia a tan solo un centenar de metros de la sede de Plaza Son Rigo.

En cuanto a los empleados, el 77'5% reside en el mismo municipio, algunos en la misma zona, el 22'5% restante reside en el municipio vecino.

En Plaza Son Rigo el 100% de la plantilla (sin distinción de sexos) es retribuida en base al Convenio Colectivo de Hostelería de Baleares, siendo el salario inicial estándar, en todas las categorías profesionales y superior al salario mínimo.

8.5. IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS

Desde su creación Plaza Son Rigo ha influido tanto directa como indirectamente en la economía de la zona en la que se instaló.

En 1986 se ocupó y urbanizó una parcela de la que, aparte de nuestro Aparthotel, surgieron nuevos locales comerciales en los que se fueron instalando distintos negocios que han revitalizado la zona.

8.6. OBJETIVOS Y METAS

Los objetivos económicos de Plaza Son Rigo para 2012 son:

- ☐ Aumentar la producción entre un 5 y un 10 %.
- ☐ En la negociación de contratos para 2012 poder aplicar una subida razonable, teniendo en cuenta que hace tres años que se mantienen los precios.



9. ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI

1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

Estrategia y análisis

- 1.1. Declaración del máximo responsable
- 1.2. Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades

2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Perfil de la organización

- 2.1. Nombre de la Organización
- 2.2. Principales marcas, productos y servicios
- 2.3. Estructura organizativa
- 2.4. Localización de la sede principal de la organización
- 2.5. Países en los que opera la organización
- 2.6. Naturaleza de la propiedad y forma jurídica
- 2.7. Mercados
- 2.8. Dimensión de la organización informante
- 2.9. Cambios significativos
- 2.10. Premios y distinciones

3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA

Perfil de la memoria

- 3.1. Periodo cubierto por la memoria
- 3.2. Fecha memoria anterior
- 3.3. Ciclo de presentación de la Memoria
- 3.4. Punto de contacto para cuestiones relativa a la memoria
- 3.5. Proceso de definición del contenido de la Memoria

Alcance y cobertura

- 3.6. Cobertura de la memoria
- 3.7. Limitaciones del alcance de la cobertura de la memoria
- 3.8. Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, subcontratas y otras entidades que puedan afectar a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones
- 3.9. Técnicas de medición de datos
- 3.10. Descripción que pueda tener la re-expresión de información de memorias anteriores
- 3.11. Cambios significativos relativos a periodos anteriores al alcance, cobertura o métodos de valoración

Índice de contenido GRI

- 3.12. Tabla que indica la localización de los contenidos básicos de la memoria

Verificación

- 3.13. Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa

4. GOBIERNO, COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Gobierno

- 4.1. Estructura de gobierno

- 4.2. Presidente del máximo órgano de gobierno
- 4.3. Número de miembros del máximo órgano que sean independientes o ejecutivos
- 4.4. Mecanismos de accionistas o empleados para comunicaciones con el máximo órgano de gobierno
- 4.5. Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno y el desempeño de la organización
- 4.6. Procedimientos implantados para evitar conflictos.
- 4.7. Procedimiento para capacitación y experiencia de los miembros del máximo órgano de gobierno.
- 4.8. Declaración de misión y valores, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño.
- 4.9. Procedimiento del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión del desempeño incluidos riesgos y oportunidades.
- 4.10. Procedimiento para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno.

Compromiso con iniciativas externas

- 4.11. Descripción de cómo la organización ha adoptado el principio de precaución
- 4.12. Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.
- 4.13. Principales organizaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a los que la organización apoya

Participación de los grupos de interés

- 4.14. Relación de grupos de interés incluidos
- 4.15. Base para la identificación y selección de los grupos de interés incluidos

4.16. Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.

4.17. Principales preocupaciones que han surgido a través de la participación de los grupos de interés

5. ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO: DIMENSIÓN AMBIENTAL

- ☐ Información sobre el enfoque de gestión
- ☐ Objetivos y desempeño
- ☐ Política

5.1. Indicadores de Materiales

EN1 Materiales utilizados por peso o volumen (no aplica)

EN2 Porcentaje de materiales reciclados usados (no aplica)

5.2. Indicadores de Energía

EN3 Consumo directo de energía por fuentes primarias (pág.43)

EN4 Consumo indirecto de energía por fuentes primarias (pág.44)

EN5 Ahorro de energía debido a mejoras y conservación Instalaciones (no aplica)

EN6 Productos y servicios eficientes en el consumo o basado en energía renovable y reducciones de consumo resultado de ellos (no aplica)

EN7 Reducciones del consumo indirecto de energía (no aplica)

5.3. Indicadores de Agua

EN8 Consumo de aguas por fuentes (no aplica)

EN9 Fuentes de aguas afectadas significativamente por el consumo (no aplica)

EN10 Porcentaje y volumen de agua reciclada y reutilizada (no aplica)

5.4. Indicadores de Biodiversidad

EN11 Descripción de terrenos en propiedad, arrendados o gestionados de alto valor de Biodiversidad en zonas no protegidas	(no aplica)
EN12 Impactos en espacios naturales protegidos y no protegidos de alta biodiversidad	(no aplica)
EN13 Hábitats protegidos o restaurados	(no aplica)
EN14 Estrategias implantadas y planificadas de gestión de impactos sobre la biodiversidad	(no aplica)
EN15 Especies en peligro de extinción afectadas por la acción de la organización	(No aplica)

5.5. Indicadores de Emisiones, Vertidos y Residuos

EN16 Emisiones, directas o indirectas, de gases efecto invernadero, en peso	(pág.45)
EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	(pág.45)
EN18 Iniciativas puestas en marcha para reducir emisiones de gases de efecto invernadero y reducciones logradas	(pág.45)
EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso	(pág.45)
EN20 Emisiones de CO ₂ y otras significativas por tipo y peso	(pág.45)
EN21 Vertidos de aguas residuales según naturaleza y peso	(no aplica)
EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	(pág.47)
EN23 Número y volumen de derrames accidentales más significativos	(pág.46)
EN24 Peso de residuos peligrosos transportados tratados	(no aplica)
EN25 Recursos híbrido afectados por vertidos	(no aplica)

5.6. Indicadores de Productos y Servicios

EN26 Iniciativas para mitigar impactos ambientales los productos y servicios y grado de reducción de impacto (pág.48)

EN27 Porcentaje de productos vendidos y embalajes, recuperados al final de su vida útil, por categoría de productos (no aplica)

5.7. Indicador de cumplimiento normativo

EN28 Coste de las multas y número de sanciones no monetarias por normativa ambiental (no aplica)

5.8. Indicador de Transporte

EN29 Impactos ambientales del transporte de productos y servicios y materiales utilizados, así como transporte de personal (no aplica)

5.9. Indicador General

EN30 Desglose por tipo de los gastos e inversiones ambientales (no aplica)

6. ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO: DIMENSIÓN SOCIAL

6.1. Prácticas laborales y ética del Trabajo

- ☐ Información sobre el enfoque de la Dirección
- ☐ Objetivos y desempeño
- ☐ Política

6.2. Indicadores de Empleo

LA1 Desglose del colectivo de Trabajadores (pág.53)

LA2 Rotación de los empleados (pág.53)

LA3 Beneficios sociales (no aplica)

6.3. Indicadores de relaciones Empresa/Trabajadores

LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo (pág.53)

- LA5 Periodo de preaviso a cambios organizativos (no aplica)
- 6.4. Indicadores de salud y seguridad en el Trabajo
- LA6 % de trabajadores representados en CSyS (no aplica)
- LA7 Tasas absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número víctimas mortales (pág.54)
- LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves. (no aplica)
- LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos. (no aplica)
- 6.5. Indicadores de Formación y Educación
- LA10 Promedio de horas de formación al año (pág.55)
- LA11 Empleabilidad y desarrollo Profesional (no aplica)
- LA12 Evaluaciones regulares del desempeño (no aplica)
- 6.6. Indicadores de diversidad e Igualdad De Oportunidades
- LA13 Composición de la plantilla (pág.53)
- LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres (pág.56)
- 6.7. Derechos Humanos
- ☐ Información sobre el enfoque de la Dirección
 - ☐ Objetivos y desempeño
 - ☐ Política
- 6.8. Indicadores de práctica de Inversión y Abastecimiento

HR1 Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. (no aplica)

HR2 Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia. (no aplica)

HR3 Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados. (No aplica)

6.9. Indicadores de no Discriminación

HR4 Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas. (pág.56)

6.10. Indicadores de Libertad de Asociación y Convenios Colectivos

HR5 Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos. (No aplica)

6.11. Indicadores de Explotación Infantil

HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. (No aplica)

6.12. Indicadores de Trabajos Forzados

HR7 Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. (No aplica)

6.13. Indicador de Prácticas de Seguridad

HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades. (No aplica)

6.14. Indicador de Derechos de los Indígenas

HR9 Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas. (No aplica)

6.15. Sociedad (pág.52)

- ☐ Información sobre el enfoque de la Dirección
- ☐ Objetivos y desempeño
- ☐ Política

6.16. Indicadores de Comunidad

S01 Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa. (No aplica)

6.17. Indicadores de Corrupción

S02 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. (pág.57)

S03 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización. (No aplica)

S04 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción. (pág.57)

6.18. Indicadores de Política Pública

S05 Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”. (pág.58)

S06 Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países. (No aplica)

6.19. Indicadores de Comportamiento de Competencia Desleal

S07 Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados. (pág.58)

6.20. Indicadores de Cumplimiento Normativo

S08 Incumplimiento de leyes y regulaciones (pág.59)

6.21. Responsabilidad sobre Productos (pág.60)

- ☐ Información sobre el enfoque de gestión
- ☐ Objetivos y desempeño
- ☐ Política

6.22. Indicadores de Seguridad y Salud Del Cliente

PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación. (pág.60)

PR2 Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. (pág.60)

6.23. Indicadores de Etiquetado de Productos y Servicios

PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos. (No aplica)

PR4 Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de

los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. (No aplica)

PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente. (pág.59)

6.24. Indicadores de Comunicaciones Marketing

PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios. (pág.58)

PR7 Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. (pág.59)

6.25. Indicadores de Privacidad del Cliente

PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes. (pág.59)

PR9 Importe de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización. (No aplica)

7. ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO: DIMENSIÓN ECONOMICA (pág.61)

- ☐ Información sobre el enfoque de gestión
- ☐ Objetivos y desempeño
- ☐ Política

7.1. Indicadores de Desempeño Económico

EC1 Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados,

donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital ya gobiernos. (pág.62)

EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización derivadas del cambio climático. (pág.62)

EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales (PLANES DE PENSIONES) (No aplica)

EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos. (pág.63)

7.2. Indicadores de Presencia en el Mercado

EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas (pág.64)

EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. (No aplica)

EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas (pág.64)

7.3. Indicadores de Impactos Económicos Indirectos

EC8 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie (pág.64)

EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos (pág.64)



10. ENCUESTA DE MEJORA

Puede darnos su opinión sobre esta Memoria en el siguiente enlace:

<https://es.surveymonkey.com/s/sostenibilidad2011>