



WE SUPPORT

INFORME DE PROGRESO  
PACTO MUNDIAL 2014



**servatur**  
HOTEL MANAGEMENT



## Carta de Renovación del compromiso

Red Española del Pacto Mundial

Las Palmas, 23 de febrero de 2016

La carta de renovación del compromiso que nuestra empresa contrajo en 2011, se ha convertido en la mejor garantía de desempeño empresarial y nos alienta para continuar trabajando sin perder de vista los 10 Principios del Pacto Mundial. Nuestros socios, empleados, clientes, propietarios, inversores, colaboradores e instituciones locales, autonómicas, nacionales e internacionales deben saber que el ejercicio de seguimiento y evaluación de objetivos propuestos en nuestros informes de progreso constituye un poderoso motor de energía y aprendizaje colectivo.

Nuestra empresa ha evolucionado muy positivamente al profundizar y tratar metódicamente nuestras políticas para alinearlas con los objetivos de Naciones Unidas. Efectivamente la metodología de seguimiento y evaluación de las mismas, se ha convertido en una excelente guía para apoyar los objetivos de la ONU y para mostrarnos la capacidad de transformación de las empresas tanto interna como externamente, liderando proyectos y asumiendo riesgos con la firme convicción de estar creando nuevas oportunidades de crecimiento y progreso.

Nos consideramos muy afortunados porque las políticas que ahora cultivamos proceden de los valores que los fundadores de Servatur supieron inspirar a la entidad desde su constitución en 1976. Por ello y pese a las dificultades que entraña nuestro tamaño, hemos acometido proyectos innovadores, estamos comprometidos con la Investigación Universidad-Empresa y sentimos un enorme interés por la gestión transparente y la lucha contra la corrupción.

Atentamente,

Santiago Fernández Caballero  
Director General Servatur S.A.



### **PERFIL DE SERVATUR S.A.**

*Persona de Contacto:* Pilar de Rada Tapia

*Tipo de Entidad:* Pyme

*Dirección:* C/ Doramas nº 4.- Patalavaca

*Localidad:* Mogán

*Comunidad Autónoma:* Islas Canarias

*Sector:* Hostelería, restauración, turismo y deporte

*Actividad, principales marcas, productos y/o servicios:* Gestión, Diseño y Desarrollo Hotelero

*Ventas/Ingresos (miles de euros):* 23.609,70€

*Ayudas financieras significativas recibidas de Gobierno:* La empresa no ha recibido ayudas financieras durante el año 2014.

*Grupos de Interés:* Empleados, Proveedores, Clientes, Otros

*Desglose de otros Grupos de Interés:* Accionistas y Propiedad de los establecimientos que gestiona la Entidad. La Sociedad en general, sobre todo el entorno social de la empresa.

*Socio/firmante:* Firmante no asociado

*Fecha de adhesión:* 12/06/2011

*Número de empleados:* 307

*Web:* [www.servatur.com](http://www.servatur.com)

*Criterios que se han seguido para seleccionar los Grupos de Interés:* Se han seleccionado aquellos que influyen poderosamente en los objetivos, la estrategia de la empresa y su capacidad para competir, crecer y expansionarse.

*Países en los que está presente (donde la Entidad tiene la mayor parte de su actividad) y mercados servidos:* Servatur está ubicada y desarrolla su actividad en España.



Es una empresa de Gestión Hotelera, relacionada con los mercados turísticos de Noruega, Suecia, Dinamarca, Finlandia, Irlanda, Inglaterra, Alemania y España.

*Alcance del Informe de Progreso y sus posibles limitaciones, si existen:* La idea que se tiene en la empresa sobre el alcance del Informe de Progreso es que debe abarcar todas las áreas de influencia de la misma: los Recursos Humanos, La Comunidad donde está ubicada, las Administraciones con las que colabora y de las que depende, el Medio Ambiente, la Clientela, los Proveedores, el ámbito legal y el económico financiero, que son el principal objeto de su actividad. No se contemplan limitaciones puesto que se tiene la certeza de que la RSC de una entidad alcanza a todos los ámbitos de su ejercicio e influencia.

*¿Cómo ha establecido la materialidad o definido los asuntos más significativos a incluir en el Informe de Progreso?* Se han considerado aquellos aspectos más relevantes de la empresa por su impacto económico, social y ambiental contenidos en los 10 Principios del Pacto Mundial. La Entidad lleva 39 años operando en el mercado nacional e internacional, lo que le ha permitido establecer un diálogo permanente con sus Grupos de Interés.

*¿Cómo se está difundiendo el Informe de Progreso al resto de Grupos de Interés?* Respecto a los empleados, se está transmitiendo a todos los departamentos de la empresa por escrito, bajo la responsabilidad de los directivos de cada centro de trabajo. Además se menciona en comunicaciones y eventos corporativos. Respecto a los clientes, la página web comercial es el principal medio de difusión del Informe. Desde que se publicó la primera Memoria en el año 2008, se dio a conocer a colaboradores, autoridades e instituciones con las que la empresa se relaciona. Respecto a los proveedores, que igualmente tienen el mismo acceso que los clientes, se ha puesto en marcha un plan de comunicación permanente no solo para difundir la publicación del IDP, sino también para generar mayor compromiso por su parte en el cumplimiento de los 10 Principios del Pacto Mundial.

*Tipo de Informe:* A

*Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo:* No

*Periodo cubierto por la información contenida en la memoria:* 2014

*Fecha de la memoria anterior más reciente:* 24/02/2015

*Ciclo de presentación del Informe de Progreso:* Anual

*Fecha de publicación de esta memoria:* 24 /02/2016



### Estrategia y Gobierno

*Indique cómo la entidad incorpora las sugerencias de los Grupos de Interés en su estrategia y en sus procesos de decisión:* El sistema actual de comunicación permite canalizar las sugerencias y opinión de los Grupos de Interés.

El Departamento de Calidad y Formación tiene encomendada esta misión. Este departamento tiene establecidos canales de comunicación con todos los departamentos de la empresa para detectar, seleccionar y formalizar esta opinión, de modo que pueda ser convertida en actuaciones concretas, proyectos, o trasladarse a la estrategia de la entidad mediante el PEI.

*Indique la estructura de su Junta Directiva y quien o quienes se encargan de supervisar la toma de decisiones y la gestión de la implantación de los 10 Principios en la empresa. Indique también si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo:* El Consejo de Administración está formado por 1 Presidente y Consejero Delegado, 1 Consejero Delegado y Director General, 3 Consejeros, 1 Secretario. Delega la responsabilidad de la gestión de la entidad en la Dirección General.

La Dirección General supervisa la gestión, toma de decisiones e implantación de los 10 Principios.

El Presidente del Consejo de Administración no ocupa en esta entidad ningún cargo ejecutivo.

*Indique si la Junta Directiva mide el progreso en la implantación de los 10 Principios mediante indicadores:* Desde que la entidad se adhirió al Pacto Mundial ha establecido revisiones adaptadas a centros de trabajo y áreas corporativas de la empresa, con el fin de verificar el grado de cumplimiento de los 10 Principios.

La Dirección General es quien revisa la implantación de dichos principios.

### Objetivos y temáticas de Naciones Unidas

*Indique si la entidad tiene proyectos de colaboración y desarrolla acciones de apoyo en relación a los objetivos y temáticas de Naciones Unidas (UNICEF, UNWOMEN, Objetivos de Desarrollo del Milenio, iniciativas de Global Compact, etc.):* La entidad apoya a Médicos sin Fronteras mediante aportaciones anuales. Además aporta una cantidad fija anual para becas de investigación del Programa Innova Canarias de la Fundación Universitaria de Las Palmas.



WE SUPPORT

### Más Información

*Notas:* Los Accionistas y Propietarios de los establecimientos que la empresa gestiona son considerados Grupos de Interés para nuestra entidad porque ejercen una influencia determinante en ella desde su creación. Los accionistas han propiciado una estrategia empresarial a largo plazo, innovadora y protectora de los intereses de todos sus integrantes. Han apoyado y respetado la gestión de la Dirección General para que se pudiera desarrollar una gestión sostenible, creadora de riqueza y generadora de puestos de trabajo y bienestar a lo largo de 39 años.

La Propiedad de los establecimientos que la empresa gestiona ha sido la fuente de su actividad empresarial, de su crecimiento y su permanencia en el Mercado. Ellos han confiado su inversión a la entidad y han comprobado que Servatur siempre cumple sus compromisos, en los buenos tiempos y en las peores crisis.

La Sociedad en general, sobre todo el entorno social de la empresa porque el contexto la condiciona positivamente en unas ocasiones y de forma negativa en otras. No obstante, incluso los factores negativos de su entorno le han servido como reto y le han ayudado a desarrollar capacidades competitivas que le han fortalecido como grupo.



WE SUPPORT

**Principio 1: Las entidades deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.**



## DIAGNÓSTICO

**Cuestión 1:** Indique si la entidad ha realizado un diagnóstico en el cual se evalúan los factores de riesgos en Derechos Humanos. En caso afirmativo, indique el riesgo y su impacto.

La empresa viene utilizando la guía de elaboración de los informes de progreso como herramienta de diagnóstico en materia de Derechos Humanos. Los factores de riesgo que se han detectado provienen en gran parte de la globalización. El impacto más relevante es la dificultad para detectar posibles vulneraciones de los Derechos Humanos en los procesos de producción de bienes de consumo y los servicios externos que la empresa necesita adquirir o contratar para realizar la gestión propia de su actividad.

Implantación: la entidad considera este Principio implantado respecto a sus grupos de interés.

El sistema de Calidad interno de la empresa arroja un total de 12.767 cuestionarios de clientes alojados durante el año 2014. Además de los datos estadísticos sobre satisfacción de los servicios, se han recogido 7.476 sugerencias reflejadas en los cuestionarios propios.





## WE SUPPORT

Otra fuente importante de opinión de los clientes externos llega a través de las encuestas de los TTOO, cuyos resultados se analizan con el mismo rigor que los propios.

Tanto los datos estadísticos como las sugerencias marcan las pautas de actuación de la empresa tanto en materia de inversiones, como en mejora de servicios o dotación de nuevos productos demandados por la clientela.

Además del análisis mensual de resultados de Calidad, la empresa organiza una sesión anual en la que se hace balance de los logros alcanzados y se establecen diferentes áreas de mejora para el ejercicio siguiente.

Objetivos: Respecto a los Clientes, el Sistema de Calidad permite detectar cualquier insatisfacción que se produce, poniendo en marcha los mecanismos de comunicación y compensación establecidos, implicando a los departamentos correspondientes.

Uno de los objetivos por los que se debe continuar trabajando durante 2015 es la mejora de las bases de datos de clientes mediante sus propias sugerencias.

Respecto a los Proveedores El objetivo es mejorar la comunicación en relación a los criterios de calidad y requisitos de los productos y servicios que la empresa consume. Para ello se seguirán revisando todos los procedimientos y los registros existentes. Los compromisos derivados del Pacto Mundial en materia de Logística y Aprovisionamiento se están materializando a través de los acuerdos suscritos con los proveedores, los criterios de evaluación de los mismos y la comunicación permanente que se desarrolla a tal fin.

Respecto a los empleados, el Plan de Comunicación Interna pretende consolidar y mejorar los canales existentes con el fin de que el trabajador adquiera mayor conciencia del poder de su opinión.

## POLÍTICAS

**Cuestión 2:** ¿La entidad ha definido en una política, de forma clara por escrito, los valores y normas de su empresa?

La empresa cuenta con una memoria de RSC donde define su postura ante cuestiones medioambientales, su trato hacia el cliente y los valores que defiende.

Implantación:

La entidad viene desarrollando una estrategia con diferentes vertientes. Una de ellas consiste en un plan de inserción laboral de jóvenes universitarios que ha producido un notable éxito, tanto





## WE SUPPORT

para los trabajadores como para la empresa. En este sentido El Departamento de Formación y Calidad viene realizando el seguimiento de los objetivos planteados y su continuación durante el año 2015.

Aunque la accesibilidad se ha planteado como una de las aspiraciones de la entidad, constituye una asignatura pendiente debido a las dificultades que entraña el hecho de no ser propietaria de la mayoría de los establecimientos que gestiona. La razón es que se trata de edificaciones que requieren inversiones importantes para convertirse en accesibles.

Igualmente, la compañía ha mejorado la gestión de proveedores mediante la cual se incluye una mejor comunicación sobre los valores éticos de la empresa. Anualmente se remite el documento donde se recogen los 10 Principios del Pacto Mundial a todos los empleados y proveedores.

**Objetivos:** Estos son los objetivos que la empresa se plantea para 2015 respecto a este principio:

**Redactar el Código Ético de Servatur.** Este objetivo vuelve a formularse por no haberse cumplido.

**Cientes:** potenciar la capacidad de respuesta de la empresa respecto a las críticas (positivas o negativas) vertidas en la Redes Sociales y portales de opinión. Continuar orientando los servicios mediante la opinión de los clientes.

**RRHH:** Alinear los objetivos de la empresa con los objetivos de los empleados mediante el Plan de Comunicación interna de la empresa.

**Proveedores:** Redactar el código ético de actuación que se practica con los proveedores. Este objetivo se vuelve a formular por no haberse cumplido durante el ejercicio de 2014.

## ACCIONES

**Cuestión 3:** ¿Dispone la entidad de una acción concreta? Describa la acción o acciones concretas llevadas a cabo, en relación a este principio, durante el ejercicio.

**Implantación:**

Comunicaciones con los empleados sobre valores, códigos, misión/visión

Proyecto 1

**Descripción:** Existe Protocolo de bienvenida con información escrita sobre cultura corporativa, donde uno de los objetivos es mostrar la predisposición de la empresa a escuchar al empleado, así como motivarle a mejorar sus competencias profesionales. En el proceso de selección de los empleados, se comunican los valores y la cultura corporativa de la empresa.



## WE SUPPORT

Asimismo, en los eventos que la empresa celebra puntualmente con todo el personal, se hace especial hincapié en la cultura empresarial y sus valores más relevantes.

Indicadores Cuantitativos:

Porcentaje de empleados receptores de la comunicación sobre el total de empleados: 90%

La entidad realiza evaluaciones de desempeño regularmente en determinados puestos de trabajo y diseña planes de desarrollo profesional.

### Proyecto 2

Descripción: La empresa realiza evaluaciones regulares de desempeño de aquellos departamentos que tienen mayor impacto en la competencia del grupo. En los despachos que se realizan los trabajadores, se proponen acciones formativas específicas, la conveniencia de traslados y cambios de turno para ampliar experiencias, así como las posibilidades de desarrollo profesional en cada caso.

La empresa realiza evaluaciones puntuales de determinadas competencias que considera importantes para determinados puestos de trabajo.

Indicadores Cuantitativos:

Porcentaje de empleados que reciben dichas evaluaciones: 12%

### *Formación para el empleado*

### Proyecto 3

Descripción: Desde 1998 la empresa tiene su propio Departamento de Formación, que gestiona la formación continua del personal en base a su necesidad profesional y siempre orientada hacia la mejora del servicio y la satisfacción del cliente.

Indicadores Cuantitativos:

Número de horas de formación durante el año: 2.832

Formación sobre Prevención de Riesgos Laborales



WE SUPPORT

#### Proyecto 4

Descripción: La entidad realiza formación continua en Prevención de Riesgos Laborales, Prevención de Incendios, Manipulación de Alimentos, Manipulación de productos Fitosanitarios, Socorrismo Acuático, Trabajos en Altura, Prevención de la Legionella.

El Departamento de Recursos Humanos dispone de personal especializado en Prevención de Riesgos que se ocupa permanentemente de que se cumpla la normativa vigente. El Delegado de Prevención de Riesgos elabora, distribuye información al empleado, en materia de prevención de riesgos y evalúa su grado de cumplimiento.

Indicadores Cuantitativos:

Número de horas de formación: 2024.

#### Proyecto 5

Descripción: La entidad viene gestionando desde el año 2000 un Sistema de Calidad propio, que contiene el Manual de Calidad, procedimientos operativos, registros y cuestionarios para los clientes. Este sistema está informatizado e integrado en la web corporativa de la entidad. Desde esa fecha se ha podido profundizar tanto en la opinión de nuestros clientes como en sus necesidades, expectativas y estado de satisfacción.

Durante el año 2014 se han procesado 12.767 cuestionarios de clientes externos.

Objetivos: Las acciones que se han llevado a cabo para el cumplimiento de este Principio se han desarrollado mediante:

Cientes: publicación de Informe de Progreso; Desarrollo del Procedimiento Operativo de Atención al Cliente, que recoge todo el proceso de recogida de opinión, tabulación, publicación y tratamiento de resultados.

Proveedores: continúa el proceso de centralizando de compras, estableciendo una comunicación directa y personalizada con los proveedores seleccionados.



WE SUPPORT

#### SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS

**Cuestión 4:** ¿Dispone la entidad de mecanismos de seguimiento de sus políticas de Derechos Humanos?

Implantación:

La empresa dispone mecanismos suficientes que garantizan el cumplimiento del Principio, tanto por su capacidad de detección de información e incidencias como por las acciones que promueve.

En este sentido, la entidad ha enviado una guía a modo de protocolo de prevención de acoso.

Objetivos:

Clientes: Continuar potenciando el Plan de Calidad de la empresa para detectar e implementar todas las mejoras posibles

Proveedores: La centralización del Departamento de Compras ha supuesto una garantía para mejorar el seguimiento de estas políticas. El objetivo consiste en incrementar los acuerdos que contengan criterios relacionados con los Derechos Humanos.

Empleados: Se espera que El Plan de Formación Continua, y la mejora del Plan de Comunicación Interna permitan asegurar los mecanismos más fiables de estas políticas.

**Cuestión 5:** Indique el porcentaje sobre el total de empleados informados sobre los principios éticos por los que se rige la entidad.

Implantación:

La cultura corporativa de la entidad está publicada y comentada en la página web de la empresa.

Se explica en las entrevistas de selección y forma una parte importante del protocolo de bienvenida.

Si consideramos esta cuestión desde el punto de vista práctico, se podría afirmar que el 100% de los empleados conocen los principios éticos que rigen la entidad. No obstante, hemos preferido suponer que un 10% de los empleados no ha sido formalmente informado sobre estos principios.



WE SUPPORT

Objetivos:

Continuar publicando el Informe de Progreso.

Elaborar y publicar del Código Ético de la entidad.

Continuar realizando el control de la entrega de los manuales de bienvenida donde se resume la política corporativa de Servatur.

Potenciar la Comunicación interna y externa mediante el Área de Comunicación en la empresa.

## RESUMEN DE IMPLANTACIÓN

### Resumen de Implantación Principio 1

	Diagnóstico		
Grupos Interés	Riesgos	Evaluación	Objetivos
Clientes	Falta accesibilidad de las instalaciones y servicios para las personas discapacitadas	Grupos de trabajo Calidad	Mejorar nivel de accesibilidad en aquellas instalaciones donde la intervención de la empresa sea posible.
Empleados	Incumplimientos del protocolo de acogida  Omisiones en proceso de selección	Contenidos eventos corporativos  Comunicaciones internas  Reconocimientos públicos	Mejora Plan Comunicación Interna.
Proveedores	Dificultad detección incumplimientos	Campaña Comunicación  Nº Acuerdos revisados	Incremento acuerdos revisados



WE SUPPORT

	Políticas		
Grupos Interés	Políticas	Evaluación	Objetivos
Cientes	Política de Calidad Política de Atención al Cliente Políticas Internas de Gestión	Incremento contactos cliente. Creación Customer Service.	Intensificar presencia en Redes Sociales.
Empleados	Código de conducta Políticas de RRHH Política de RSE	Revisión código de conducta.	Incrementar la comunicación de retorno y la participación.
Proveedores	Política de Transparencia y lucha contra la corrupción. Política de Calidad Reglamento Interno Políticas Internas de Gestión	Mejora acuerdos Incremento de acuerdos Nº de contratos a Servicio Jurídico.	Mejorar el discurso integrado en la nueva gestión de proveedores. Revisar y mejorar el sistema de evaluación.

	Acciones		
Grupos Interés	Acciones	Evaluación	Objetivos
Cientes	Ampliar redes colaborativas entre Animación, Comunicación, Calidad	Informes Customer S Reportajes a clientes Comunicación Redes S.	Potenciar Área de Comunicación.
Empleados	Potenciar la Comunicación interna empresa.	Asistencia a eventos empresa. Participación en acciones formativas	Mejorar E.desempeño Incorporar talento
Proveedores	Ampliar campaña de comunicación Incrementar auditorías	Por ser área de reciente creación, no es posible evaluar resultados hasta el año 2015.	Informar a proveedores sobre valores y políticas.



WE SUPPORT

	Seguimiento		
Grupos Interés	Seguimiento y Medición de Impactos	Evaluación	Objetivos
Clientes	Encuestas/ Cuestionarios Auditorías Servicios de atención al cliente Buzón de sugerencias Procedimiento de gestión de incidencias Informes Reputación Corporativa.	Nº de encuestas obtenidas Nº de sugerencias Nivel de Reputación Corporativa.	Optimizar mecanismos actuales.
Empleados	Canales de comunicación Procedimiento de gestión de incidencias Gestión de RRHH	Índice de rotación Evaluaciones desempeño	Mejora de los mecanismos actuales
Proveedores	Sistema Clasificación proveedores Procedimiento de gestión de incidencias Cláusulas en contrato	Contratos revisados Procedimientos Operativos revisados Procesos mejorados	Mejorar los mecanismos de gestión y comunicación con los Proveedores.





**Principio 2: Las entidades deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.**



### DIAGNÓSTICO

**Cuestión 1:** Indique si la entidad ha realizado un diagnóstico en el cual se evalúan los factores de riesgo en Derechos Humanos de su cadena de suministro (proveedores, subcontratas, etc.) o de sus socios empresariales. En caso afirmativo, indique el riesgo y su impacto.

Aunque las directrices que la entidad promueve/comunica a sus socios, proveedores y Departamento de Compras son claras en materia de Derechos Humanos, es complicado asegurar que toda la cadena de suministros cumple escrupulosamente con esta política.

Se han enviado nuevamente los 10 Principios del Pacto Mundial a todos los proveedores, así como los requerimientos y certificaciones propias de su actividad.

*Objetivos:* Durante el año 2014 se ha vuelto a enviar comunicación a los proveedores sobre los compromisos que Servatur asume con frente al Pacto Mundial y el correspondiente impacto en su política de compras y relación con los Proveedores.



WE SUPPORT

## POLÍTICAS

**Cuestión 2:** ¿Dispone la entidad de una política por escrito de compras o utiliza algún sistema de selección de productos o servicios, acorde con su Política de RSE/RS?

*Implantación:* Las personas responsables de seleccionar proveedores, tienen el mandato de la entidad para actuar de acuerdo a su política de RSE.

La centralización del departamento continúa su curso. A medida que la implantación se complete en toda la organización, se facilitará el cumplimiento de la política empresarial.

*Objetivos:* Redacción del nuevo Procedimiento Operativo de Compras y Almacenes. Este objetivo aunque alcanzado, requiere de un esfuerzo continuado para lograr su cumplimiento por parte de todas las áreas de la entidad. El proceso de cambio de modelo de los procesos de negocio al que la empresa viene sometiéndose, ha continuado durante 2014.

## ACCIONES

**Cuestión 3:** ¿Dispone la entidad de una acción concreta? Describa la acción o acciones concretas llevadas a cabo, en relación a este principio, durante el ejercicio.

Implantación:

Tanto el Departamento de Compras centralizado como la Dirección de Mantenimiento han difundido la política corporativa en esta materia en las reuniones mantenidas con los proveedores seleccionados.

### Proyecto 1

Descripción: El Departamento de Compras viene comunicando a todo nuevo proveedor que se incorpora a la empresa las directrices que en materia de compras tiene la entidad en relación con su política corporativa como consecuencia de su adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas.

### Proyecto 2

Descripción: Además el Equipo de Compras en sus contactos con proveedores, están comunicando los valores y directrices relacionadas con la RSC de la empresa.

Objetivos: El objetivo planteado para 2014 en materia de comunicación se ha cumplido.. No obstante, este compromiso queda renovado.



WE SUPPORT

### SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS

**Cuestión 4:** Indique el porcentaje sobre el total de sus proveedores que disponen de una certificación

Respuesta:

El 33, 3% de los proveedores de alimentación han documentado los certificados y registros sanitarios.

Implantación:

La empresa ha informado a los proveedores sobre la importancia que concede a las certificaciones de calidad.

Objetivos:

Continuar con el proceso de solicitud y seguimiento a todos los proveedores de la acreditación de los certificados correspondientes. A medida que sea posible, se eliminarán aquellos proveedores que incumplan este requisito.



WE SUPPORT

## RESUMEN DE IMPLANTACIÓN

### Resumen de Implantación Principio 2

Diagnóstico			
Grupos Interés	Riesgos	Evaluación	Objetivos
Proveedores	Dificultad para obtener certificados en los plazos deseados.	Envío de solicitudes a los proveedores de certificados y registros sanitarios.	Incremento del porcentaje de certificados.  Mejorar la seguridad en la cadena de abastecimiento.

Políticas			
Grupos Interés	Políticas	Evaluación	Objetivos
Proveedores	Sistemas de Gestión de Proveedores (Política de Compras, Políticas de Calidad).  Sistemas de clasificación de proveedores.	P. Operativo de Compras.  Contratos/Acuerdos firmados.	Mejorar la estructura departamental a fin de incrementar su capacidad de exigencia.

Acciones			
Grupos Interés	Acciones	Evaluación	Objetivos
Proveedores	Realizar auditorías  Realizar análisis de riesgos	Resultados de auditorías.  Resultados de análisis de riesgo.	Asegurar un mejor control e influencia sobre los proveedores.  Disminuir riesgos en la cadena de suministros.



WE SUPPORT

	Seguimiento		
Grupos Interés	Seguimiento y Medición de Impactos	Evaluación	Objetivos
Proveedores	<p>Establecer indicadores de desempeño para los proveedores.</p> <p>Revisar periódicamente las evaluaciones a proveedores.</p> <p>Comunicar periódicamente a los proveedores las evaluaciones realizadas.</p>	<p>Análisis de indicadores de desempeño.</p> <p>Comunicaciones a proveedores sobre resultados de las evaluaciones realizadas.</p>	<p>Mejorar los métodos de trabajo que permiten llevar a cabo los procesos de seguimiento y evaluación propuestos.</p>



WE SUPPORT

**Principio 3: Las entidades deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.**



## DIAGNÓSTICO

**Cuestión 1:** Indique si existen factores de riesgo que puedan poner en peligro el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

**Implantación:** La empresa tiene una relación fluida con las organizaciones sindicales, que reciben apoyo y cobertura en situaciones puntuales que lo requieren, como son las elecciones sindicales.

De forma específica, los departamentos de Personal y Formación y Calidad tienen excelentes relaciones con dichas organizaciones, con las que se mantiene comunicación, no sólo con motivo de elecciones sindicales, sino también para asistir a eventos de mutuo interés.

Igualmente cumple escrupulosamente con los acuerdos contenidos en los convenios sectoriales vigentes.

Toda la contratación laboral de la empresa se realiza bajo los acuerdos alcanzados en el Convenio Colectivo.

Existe un canal de comunicación permanente entre los trabajadores y el Dpto de RRHH para realizar toda clase de consultas relacionadas con la contratación. Todos los empleados son atendidos por este departamento para tener en cuenta sus necesidades.

**Objetivos:** Potenciar la comunicación empresa/empleado para mantener una óptima relación entre ambas partes.



WE SUPPORT

## POLÍTICAS

**Cuestión 2:** ¿Dispone la entidad de una política por escrito de consulta que trate con los empleados los temas importantes?

Implantación: La existencia de un Plan de Comunicación Interna, facilita y mantiene canales de comunicación con los trabajadores. No obstante, la entidad cree conveniente documentar su política empresarial

Objetivos:

Desarrollar el Código de Conducta durante 2015. Este objetivo no se cumplió en 2014 y se vuelve a formular.

Documentar las consultas de los trabajadores con el Departamento de RRHH. Este objetivo no se cumplió en 2014 y se vuelve a formular.

Continuar con la documentación de incidencias o irregularidades.

## ACCIONES

**Cuestión 3:** ¿Dispone la entidad de una acción concreta? Describa la acción o acciones concretas llevadas a cabo, en relación a este principio, durante el ejercicio.

Implantación:

Realiza sensibilización sobre la negociación colectiva

Proyecto 1

Descripción: La empresa recibe y difunde las noticias que recibe sobre negociación colectiva de su Sector. A medida que se recibe información al respecto, se reenvía por correo electrónico a los diferentes centros de trabajo de la empresa.

Indicadores Cuantitativos:

Número de horas de sensibilización: 825 horas. La entidad se plantea esta acción en base al incremento del trabajo en equipo poniendo en común la información que facilita el tratamiento de las cuestiones que los trabajadores plantean al departamento, bien de forma directa o bien por medio de mandos intermedios y directivos.





Realiza comunicaciones internas y externas

#### Proyecto 2

**Descripción:** La empresa proporciona apoyo efectivo a los representantes sindicales y a los Sindicatos para la celebración de elecciones sindicales en la entidad. Se realizan tantas como se necesitan para llevar a cabo dicho apoyo.

**Objetivos:** Durante el año 2015 se continuarán celebrando las reuniones formales para atender las consultas relevantes en materia laboral.

### SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS

**Cuestión 4:** ¿Dispone la entidad de mecanismos para escuchar, evaluar y hacer un seguimiento de las posturas, preocupaciones, sugerencias, críticas de los empleados con el propósito de aprender y adquirir nuevos conocimientos?

**Implantación:** El primer mecanismo que se ha revelado como muy eficaz en este sentido y que la entidad inició en el año 1998 fue el Plan de Formación Laboral. Paralelamente a las acciones formativas se fueron creando las condiciones que favorecieran el clima y la motivación adecuados para las mismas. Además, se pusieron en práctica una serie de medios para facilitar la participación de los trabajadores, así como para la creación de un clima adecuado.

Por otra parte, antes y a lo largo de las acciones formativas, el área de Formación viene celebrando reuniones periódicas con el personal, jefes de departamento y directores en las que se promociona, evalúa y trata de mejorar dichas acciones, relacionándolas con los niveles de calidad y con el desarrollo de la cultura corporativa. A lo largo de este proceso se detectaron importantes carencias respecto a la Comunicación interna de la empresa y a la necesidad de desarrollar un Plan de Comunicación Interna.

El Plan de Comunicación Interna de Servatur es una herramienta que ha resultado muy útil desde el comienzo de su lanzamiento en el año 2005.

Su principal objetivo es mejorar sensiblemente la Comunicación para poder avanzar con éxito en la consecución de los objetivos empresariales desde la certeza por parte de su Dirección general y Consejo de Administración de que los intereses de la empresa y las necesidades de los trabajadores son perfectamente compatibles.

La estrategia del mismo está basada en 6 ejes de actuación:

Consenso, Realidad, Transparencia, Determinación, Transversalidad y Rigor.



## WE SUPPORT

Los canales de comunicación que dicho plan puso a disposición de toda la organización han servido para que todos sus integrantes escuchen, compartan, reflexionen y aprendan unos de otros.

Objetivos:

Durante el año 2014 se ha revisado el Plan de Comunicación Interna de Servatur con el fin de introducir criterios más directamente conectados con los Principios de Pacto Mundial.

El Área de Comunicación tiene entre otras misiones, la relación con el cliente interno.



WE SUPPORT

## RESUMEN DE IMPLANTACIÓN

### Resumen de Implantación Principio 3

Diagnóstico			
Grupos Interés	Riesgos	Evaluación	Objetivos
Empleados	No existe riesgo de incumplimiento	Ausencia de conflictividad laboral	Documentar la política de la entidad en relación a los contenidos de los convenios colectivos.

Políticas			
Grupos Interés	Políticas	Evaluación	Objetivos
Empleados	Política de comunicación con el empleado Convenio colectivo Política de RRHH	Ausencia de penalizaciones por incumplimiento de convenios vigentes. .	Elaborar un Código de Conducta para la entidad. Se formula de nuevo por no haberse cumplido en 2014.

Acciones			
Grupos Interés	Acciones	Evaluación	Objetivos
Empleados	Creación de nuevos canales de comunicación interna.	Comunicaciones relacionadas con la negociación colectiva	Prevenir la insatisfacción laboral mejorando la coordinación interna de RRHH Mantener las reuniones para atender las consultas laborales

Seguimiento			
Grupos Interés	Seguimiento y Medición de Impactos	Evaluación	Objetivos
Empleados	Plan de Formación Laboral	100% de los Cursos están organizados por el Departamento de Formación de la empresa	Mejorar el Plan de Comunicación Interna Incrementar la participación del Departamento de Comunicación en los objetivos propuestos.



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



## DIAGNÓSTICO

**Cuestión 1:** Indique si el trabajo forzoso es un factor de riesgo en su entidad, dado el tipo de actividad a la que se dedica.

Implantación:

El inicio de la actividad empresarial de Servatur en 1976 años coincidió con una fuerte demanda de mano de obra en el mercado laboral para cubrir las necesidades de la actividad turística de las Islas Canarias. Esta circunstancia generó una tendencia al abandono de los estudios de muchos jóvenes, que se incorporaron a diversos puestos de trabajo sin reunir las competencias culturales y profesionales que requiere cualquier Industria para competir de forma sostenible.

Durante los años del boom de la construcción y cierta bonanza económica se volvió a producir una tendencia importante hacia el abandono escolar en un sector de la juventud española. El impacto producido en el futuro profesional y social de ese colectivo ha sido muy profundo y afecta al entorno de la empresa.

Frente a esta situación, la entidad ha mantenido una posición muy clara y combativa, promoviendo la cultura de la Formación Profesional, firmando acuerdos con las autoridades educativas y creando su propio departamento de Formación, con el asesoramiento de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.



## WE SUPPORT

La política y conducta empresarial de la entidad en este sentido ha sido una seña de identidad que le han diferenciado y fortalecido a medio y largo plazo.

El tiempo y las crisis por las que la actividad turística de las Islas ha ido pasando, han demostrado que la mejor manera de luchar contra la precariedad laboral es la actividad empresarial sostenible.

La empresa difunde a todos sus centros de trabajo esta postura para lograr la máxima sensibilidad con la materia.

Objetivos: Potenciar la difusión de este concepto ante toda la plantilla de Servatur. Con ello, las nuevas incorporaciones son conscientes de los valores que difunde la empresa desde su inicio.

**Cuestión 2:** Indique si existen situaciones laborales en su empresa donde sea necesario implantar medidas de conciliación.

Implantación: El talante flexible que forma parte de la conducta de la empresa desde su creación hace que la misma practique la conciliación mucho antes de que esta palabra comenzase a utilizarse en el ámbito laboral. Una buena parte de sus trabajadores/as de base son personas (mayoritariamente mujeres) con cargas familiares. La entidad ha realizado una labor de respeto y cuidado hacia este colectivo que se desarrolla por medio de mandos intermedios y directivos, siendo la conciliación una práctica habitual en los centros de trabajo.

Respecto a los trabajadores que necesitan una atención médica regular, reciben todas las facilidades precisas para ello.

Los trabajadores que están realizando cursos o estudios disponen de facilidades para acudir a exámenes, eventos o talleres relacionados con su trabajo o formación.

Los trabajadores con especial necesidad de conciliación se atienden debidamente, mediante los turnos, horarios y condiciones de trabajo que demandan sus circunstancias.

La respuesta en todos los casos es muy gratificante para la empresa, pues tanto los trabajadores con cargas familiares como aquellos con necesidad de atención médica regular, actúan con un enorme sentido de responsabilidad ante sus obligaciones laborales.

Objetivos: incluir el concepto de conciliación en los contenidos del Plan de Comunicación Interna.



WE SUPPORT

## POLÍTICAS

**Cuestión 3:** ¿Dispone la entidad una política clara y por escrito o existe algún acuerdo en firme, en la que se determinen las horas de trabajo establecidas, la remuneración de los trabajadores y los beneficios sociales?

Implantación: La Entidad dispone de los suficientes elementos que documentan todas las condiciones de contratación laboral, incluido el horario, remuneración y todos los detalles de la relación laboral.

El convenio es el documento de referencia que recoge toda la información de interés para el empleado. En el caso de existencia de dudas, el departamento de RRHH aclara de manera constante todo lo pertinente a esta materia.

Igualmente, los becarios y estudiantes que realizan prácticas en la empresa, lo hacen mediante acuerdos oficiales y documentados con las distintas entidades formativas. Además, el departamento de Formación realiza un seguimiento permanente del grado de satisfacción de este colectivo.

Objetivos: Revisión continua de los elementos que la empresa dispone para comunicar esta política y determinar posibles mejoras.

## ACCIONES

**Cuestión 4:** ¿Dispone la entidad de una acción concreta? Describa la acción o acciones concretas llevadas a cabo, en relación a este principio, durante el ejercicio.

Implantación:

Durante el ejercicio de 2014 las nuevas áreas corporativas se han convertido en un nuevo canal de comunicación en este sentido.

La empresa viene facilitando despachos con trabajadores de diferentes categorías laborales con el fin de detectar el nivel de satisfacción de los mismos.

Objetivos: profundizar en el estado de opinión del empleado y su grado de satisfacción respecto al impacto que la política de la empresa ejerce sobre sus condiciones laborales.



WE SUPPORT

## SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS

**Cuestión 5:** ¿Dispone la entidad de mecanismos de control que garanticen el cumplimiento de las políticas establecidas y/o conoce el número de beneficiarios de sus medidas de conciliación y beneficios sociales?

Implantación:

Indicadores: ¶ La política corporativa de la empresa sobre la conciliación laboral no está documentada; sin embargo, la práctica habitual de Servatur respecto a la conciliación laboral es positiva y muy flexible, teniendo en cuenta que se trata de una empresa de servicios hoteleros que se facilitan 24 horas al día y que requiere la prestación directa del trabajador.

Número de empleados sobre el total que reciben dichas sesiones: aunque no le sea posible realizar sesiones informativas formales al respecto, se compromete a continuar comunicándola adecuadamente.

Indicadores: ¶ El personal directivo, administrativo y otras categorías de la empresa se puede acoger a flexibilidad horaria.

A pesar de que la empresa está sujeta a una actividad estacional, la mayoría del personal negocia tanto días libres como las vacaciones.

Flexibilidad en los días de vacaciones o días de permiso: 70%

Indicadores: ¶ Servatur dispone de un departamento de Formación propio que promueve, coordina, organiza y facilita el servicio de formación y coaching para el personal. Este departamento realiza seguimiento y evaluación de la formación recibida por los trabajadores.

Una buena parte de la promoción interna está basada en el esfuerzo que el trabajador realiza adquiriendo nuevas competencias mediante la formación continua.

Porcentaje de empleados sobre el total que disfrutan de Comedor de empresa: 67,10%

Porcentaje de empleados sobre el total que disfrutan de Coche de empresa: 0.02%

Porcentaje de empleados sobre el total que disfrutan de Otros servicios: 100% de los trabajadores disfrutan de asesoramiento para mejorar su itinerario formativo y carrera profesional dentro de la empresa.





WE SUPPORT

## RESUMEN DE IMPLANTACIÓN

### Resumen de Implantación Principio 4

	Diagnóstico		
Grupos Interés	Riesgos	Evaluación	Objetivos
Empleados	<p>No existe riesgo</p> <p>Personal con cargas familiares (personas mayores, niños, etc.) Empleados desarrollando su carrera profesional.</p> <p>Empleados con enfermedades que requieren atenciones especiales.</p>	<p>Las áreas corporativas han mejorado sensiblemente los canales de comunicación del empleado.</p>	<p>Fomentar la formación continua a través de los nuevos canales de comunicación.</p> <p>Incluir el concepto de conciliación en los contenidos del P de Comunicación Interna.</p>

	Políticas		
Grupos Interés	Políticas	Evaluación	Objetivos
Empleados	<p>Convenio colectivo</p> <p>Contratos de trabajo</p> <p>Política de conciliación</p> <p>Política de Formación Continua.</p> <p>Política de RRHH</p> <p>Acuerdos con entidades educativas</p>	<p>La documentación que sustenta estas políticas es totalmente accesible para el empleado.</p>	<p>Potenciar la comunicación interna</p> <p>Incrementar transparencia en la política de RRH de la entidad.</p>

	Acciones		
Grupos Interés	Acciones	Evaluación	Objetivos
Empleados	<p>Promover las reuniones de área y las departamentales como foros de debate y comunicación.</p>	<p>Se han incrementado sensiblemente las reuniones interdepartamentales.</p>	<p>Detectar nivel de satisfacción de los trabajadores.</p>

	Seguimiento		
Grupos Interés	Seguimiento y Medición de Impactos	Evaluación	Objetivos
Empleados	<p>Las actas y convocatorias de reunión se utilizan como herramientas de seguimiento y evaluación.</p>	<p>La empresa ha detectado y atendido necesidades y estados de opinión.</p>	<p>Continuar seguimiento/detección de opinión.</p>



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



#### **DIAGNÓSTICO**

**Cuestión 1:** Indique si el trabajo infantil es un factor de riesgo en su entidad dado el tipo de actividad a la que se dedica. En caso afirmativo, indique los riesgos que afectan a los diferentes Grupos de Interés reflejados en la tabla.

Implantación:

La entidad tiene establecido un procedimiento de contratación que elimina todo riesgo de incumplimiento de este Principio.

Respecto los proveedores de la entidad, no existe capacidad de verificación total en cuanto al cumplimiento de este Principio.

Objetivos: Durante el año 2014 ha enviado los proveedores la comunicación de Adhesión al Pacto Mundial y la postura de la entidad frente al cumplimiento de los 10 Principios.

#### **POLÍTICAS**

**Cuestión 2:** ¿Dispone la entidad de una política clara donde se define la prohibición del trabajo infantil que comunica abiertamente?

Implantación:

El principal problema que la empresa ha observado en su entorno social ha sido la despreocupación por la formación y la cultura en la población juvenil. Hace 30 años muchos jóvenes se incorporaron al mercado laboral en edades muy tempranas y sin poseer una mínima formación profesional.



## WE SUPPORT

Actualmente una gran parte de aquellos jóvenes están en el paro con muy pocas posibilidades de inserción laboral. Aún así, la tendencia al abandono de los estudios de Secundaria no ha disminuido, lo que ha producido un elevado índice de paro juvenil con una formación muy precaria, con un bajo perfil de cualificación.

En este sentido, la entidad ha desarrollado una política corporativa muy activa que no sólo ha modelado su perfil empresarial, sino que ha influido poderosamente en sus grupos de interés. Se puso en marcha un Proyecto de Formación Laboral que facilitó el acceso a la Formación Profesional de todos los trabajadores de base. Este Proyecto se pudo llevar a cabo mediante acuerdos de colaboración con la Consejería de Educación del Gobierno de Canarias y la Fundación Universitaria de Las Palmas, organismo en el que Servatur colabora patrocinando proyectos de investigación.

Objetivos: Desde el Área de Comunicación/Calidad la entidad revisa la documentación y publicaciones existentes para explicitar en mayor medida la relación de la política empresarial y la prohibición del trabajo infantil.

### ACCIONES

**Cuestión 3:** ¿Dispone la entidad de una acción concreta?

Implantación:

Proyecto 1

Descripción:

El Departamento de RRHH tiene una amplia capacidad de atención a toda clase de consultas informales y formales, telefónicas, etc. sobre normativa laboral, contratación, etc. Existe fluidez total en las relaciones con el personal y ausencia de conflictividad laboral. La empresa se ha manifestado públicamente en contra del trabajo infantil en las ocasiones que ha declarado su adhesión al Pacto Mundial y los 10 Principios.

Indicadores Cuantitativos: el 100% de la plantilla se beneficia de la actividad del departamento del área de Formación y Calidad y de la gestión de RRHH.

La empresa no realiza sesiones específicas de sensibilización sobre el trabajo infantil, pues el Dpto. de Formación y Calidad viene realizando desde su creación una campaña permanente sobre esta cuestión de forma transversal tanto en los contenidos formativos como en los temas de conversación y despachos con todo el personal, desde el momento de su selección.



WE SUPPORT

Otro tipo de acción de RSE relativas al Principio 5

#### Proyecto 2

Descripción: Acciones de sensibilización a trabajadores de base y mandos intermedios promocionando la educación y formación de niños y jóvenes en edad escolar. El Departamento de RRHH y Formación incluyen este mensaje en su comunicación permanente con los trabajadores y mandos intermedios.

#### Indicadores Cuantitativos:

El valor de la educación y la formación es un elemento diferenciador de la entidad en su contexto social y empresarial.

Objetivos: El Área de Formación viene supervisando año tras año la actividad de los jóvenes que realizan prácticas laborales en la entidad, no sólo en cuanto al cumplimiento de la normativa vigente y acuerdos firmados, sino en cuanto a su atención personal y aprovechamiento de su experiencia y formación en la empresa. Se puede destacar que algunos miembros de este grupo, tras desempeñar de manera eficiente su contrato en prácticas, se integran en la empresa mediante un contrato laboral y adquieren la capacidad de continuar desarrollando su carrera profesional.



## RESUMEN DE IMPLANTACIÓN

### Resumen de Implantación Principio 5

	Diagnóstico		
Grupos Interés	Riesgos	Evaluación	Objetivos
Empleados	No existen riesgos	Proyectos de Formación Laboral. Plan de Comunicación Interna.	Continuar la sensibilización frente a este Principio
Proveedores	Dificultad para verificar al 100% el cumplimiento de este principio.	La compañía comunica a los proveedores su postura respecto a este Principio.	Mencionar expresamente la política de la entidad en las sesiones de trabajo con proveedores.

	Políticas		
Grupos Interés	Políticas	Evaluación	Objetivos
Empleados	Normativa vigente Convenio colectivo Política de RRHH Comunicación interna Política de Formación Continua	Plan de Formación Continua. Protocolos de selección.	Mejorar la inclusión de este Principio en la política corporativa. Este objetivo se reformula para 2015.
Proveedores	Centralización de Compras. Política de Comunicación con proveedores.	P. Operativo.	Intensificar comunicación sobre este principio con proveedores. Este objetivo debe continuar formulándose en 2015.



WE SUPPORT

	Acciones		
Grupos Interés	Acciones	Evaluación	Objetivos
Empleados	Inclusión en el PCI	Plan de Comunicación Interna revisado.	Continuar la prevención respecto al Principio
Proveedores	Intensificar comunicación con proveedores.	Comunicaciones realizadas durante el ejercicio. Agendas de reuniones de trabajo donde se menciona este asunto.	Persuadir sobre las ventajas de respetar y cumplir este principio en relación a su potencial empresarial.



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



## DIAGNÓSTICO

**Cuestión 1:** Indique si la entidad ha realizado un diagnóstico en el cual se evalúan los factores de riesgos en discriminación en la contratación, formación y promoción. En caso afirmativo, indique el riesgo y su impacto.

Implantación:

Actualmente la empresa contrata, forma y promociona laboralmente a los trabajadores siguiendo un escrupuloso criterio de igualdad de oportunidades y no vulneración de los derechos humanos.

No obstante en la composición de la plantilla de trabajadores se puede detectar aún huellas de desigualdad en los puestos directivos, que aún están ocupados mayoritariamente por hombres.

Este desequilibrio es difícil de corregir debido a la fuerte estabilidad laboral de la empresa. De modo que sólo a medio y largo plazo se podrá conseguir mayor igualdad de género en los puestos directivos.

Objetivos: Durante el año 2014 la empresa continuará realizando especial hincapié en potenciar el valor de la igualdad entre los cargos directivos. De hecho, las perspectivas de acceso a puestos directivos están más orientadas a las mujeres.





WE SUPPORT

### POLÍTICAS

**Cuestión 2:** ¿La entidad ha formulado políticas por escrito, planes y/o programas de integración y no discriminación de colectivos desfavorecidos tales como personas con discapacidad, jóvenes demandantes de primer empleo, desempleados mayores de 45 años, personas inmigrantes o personas en riesgo de exclusión?

Implantación:

La Entidad viene practicando un interesante plan de inserción laboral de universitarios que hasta el momento ha producido un notable éxito tanto para los trabajadores como para la empresa.

La entidad es Patrona de la Fundación Universitaria de Las Palmas.

Igualmente viene realizando acuerdos anuales de colaboración con la Consejería de Empleo y Asuntos Sociales para la reinserción laboral.

Objetivos:

Durante el año 2015 la entidad continuará colaborando con el Servicio Canario de Empleo y la Fundación Universitaria de Las Palmas para facilitar la integración laboral de jóvenes estudiantes y desempleados.

Igualmente, fortalecerá su colaboración acogiendo alumnos procedentes de la Formación Profesional a través de la Formación Profesional Dual, para la incorporación de los estudiantes al mundo profesional. En este sentido, la empresa se ha comprometido a colaborar con la Consejería de Educación del Gobierno de Canarias, recibiendo alumnos en prácticas de la nueva Formación Profesional Dual desde sus inicios, en el curso académico 2014-2015. Este programa está vigente y en pleno desarrollo.

### ACCIONES

**Cuestión 3:** ¿Dispone la entidad de una acción concreta?

Implantación:

Proyectos de inserción laboral: prácticas y becas para estudiantes procedentes de la Universidad y de Formación Profesional.

Proyecto 1

Descripción: La empresa tiene acuerdo de colaboración con el Servicio Canario de Empleo, Consejería de Educación del Gobierno de Canarias (Institutos de Educación Secundaria:



## WE SUPPORT

estudiantes de FP), Fundación Universitaria de Las Palmas y distintas instituciones educativas europeas.

### Indicadores Cuantitativos:

Número de estudiantes en prácticas en la empresa: 19

Durante el ejercicio de 2014, la entidad concedió 4 becas de inserción laboral a universitarios recién titulados.

Durante el mismo período se concedió una beca de investigación por medio del Programa Innova 2020 de la Fundación Universitaria de Las Palmas.

Indique si la empresa da a conocer la composición de los órganos directivos y del resto de empleados por categoría, género, edad y otros indicadores de diversidad.

### Proyecto 2

Descripción: Los datos sobre composición de la empresa que se han facilitado tanto en las memorias anteriores como en otros documentos que así lo requieren.

### Indicadores Cuantitativos:

Porcentaje de directivos frente a empleados: 3,58%.

Porcentaje de directivos mujeres: 0,65 %

Porcentaje de directivos hombres: 2,93%

Porcentaje de mujeres en plantilla: 53,74%

Porcentaje de hombres en plantilla: 46,25%

Porcentaje de personas mayores de 45 años: 40,72%

Porcentaje de personas menores de 30 años: 25,08%

Porcentaje de empleados no nacionales: 12,37%

Porcentaje de empleados con contrato fijo: 73,94%

Porcentaje de empleados con contrato temporal: 26,06%.



### Proyecto 3

Descripción: La Entidad es signataria del Charter de la Diversidad de España (Fundación para la Diversidad).

Vigila de forma permanente en su actividad el cumplimiento de este Principio.

Difunde buenas prácticas mediante folletos y manuales específicos, como la Guía para la Igualdad y no Discriminación de la Fundación Luis Vives.

Indicadores Cuantitativos: Realiza al menos 1 evaluación anual sobre integración.

Indique en el campo Descripción la forma de medir el resultado de esta acción concreta: La entidad analiza este resultado a través de los cuestionarios proporcionados por la Fundación para la Diversidad, documento que mide el índice de gestión de esta materia y estudia las herramientas que la organización utiliza para la aplicación de este principio.

### Proyecto 4

Descripción: Servatur forma parte del Charter de la Diversidad desde el 17 de marzo de 2009. Al adherirse a esta Fundación, la empresa se comprometió voluntariamente con un decálogo de principios que incluyen, entre otros:

- Promover la conciliación de la vida personal y laboral.
- La sensibilización de los principios de igualdad de oportunidades y respeto a la Diversidad dentro de los valores de la empresa.
- La construcción de una plantilla diversa.
- Reconocer la diversidad de la sociedad.
- Extender y comunicar el compromiso con estos valores a todo su entorno.
- Promover la inclusión.

Indique en el campo Descripción la forma de medir el resultado de esta acción concreta: Desde que la empresa publica su IDP se pueden constatar los logros en los aspectos más relevantes mediante las cifras reseñadas en las mismas.



## WE SUPPORT

El hecho de contar con personal proveniente de distintos países enriquece la cultura empresarial, teniendo en cuenta que muchos de ellos se han formado fuera de España.

La Guía para la Gestión de la Diversidad ha sido transmitida a todos los jefes de departamento y de los centros de trabajo. De esta manera, se implica a los directivos para que transmitan a su grupo de trabajadores los principios de la Diversidad.

Objetivos: Durante el año 2015 se pretende aumentar la presencia de la mujer en los cargos directivos de la compañía.

### SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS

**Cuestión 5:** Indique el % de la composición de los órganos directivos y del resto de empleados por categoría, género, edad y otros indicadores de diversidad.

Respuesta:

	2013	2014
% directivos frente a empleados	6,14%	3,58%
% de directivos mujeres	0,50 %	0,65%
% de directivos hombres	5,63%	2,93%
% de mujeres en plantilla	59,6%	53,74%
% de hombres en plantilla	40,4%	46,25%
% de personas mayores de 45 años	41,80%	40,72%
% de personas menores de 30 años	12,25%	25,08%
% de empleados no nacionales	15,97%	12,37%
% de empleados con contrato fijo	71,27%	73,94%
% de empleados con contrato temporal	28,60%	26,06%



## WE SUPPORT

Implantación:

Descripción: Los datos sobre composición de la empresa que se han facilitado en las memorias anteriores han respondido a las pautas marcadas en el formato de las mismas, ya que la entidad las publicó mediante la financiación del Instituto de Crédito Oficial.

Respecto al ejercicio anterior:

Han aumentado los empleados con contrato fijo en 2,97%

Se ha incrementado el porcentaje de mujeres directivas en 0,15%

Se ha incrementado la contratación de personas menores de 30 años en 13,55%

Objetivos: Como se ha manifestado anteriormente, el desequilibrio existente entre hombres y mujeres en puestos directivos se está corrigiendo. No obstante, la empresa está trabajando para continuar en el año 2015 con la política de igualdad en los cargos directivos.

**Cuestión 6:** ¿Dónde publica la composición de órganos directivos y el resto de empleados?

Implantación: Como consecuencia de la contratación de los servicios de una empresa externa, la publicación de la composición de la plantilla en la web corporativa de la entidad ha quedado aplazada.

Igualmente, se difunde esta información en los diferentes estudios o proyectos realizados por la empresa, así como en presentaciones y participación de la misma en diferentes actos y eventos públicos.

Objetivos: Está previsto que la información relacionada con la composición de órganos directivos se publique en la web corporativa. Este proyecto probablemente no se podrá llevar a cabo hasta el año 2016.

**Cuestión 7:** Número de expedientes abiertos y resueltos por acusaciones de acoso, abuso o intimidación en el lugar de trabajo.

Implantación: No se ha producido ninguna acusación de acoso, abuso o intimidación en el lugar de trabajo.

Desde el área de Formación y RRHH se realiza una actividad intensa para animar a los trabajadores para que denuncien cualquier incidencia en este sentido.



WE SUPPORT

Objetivos: Durante el año 2015 se proseguirá promoviendo la comunicación para que cualquier indicio de abuso o acoso se manifieste inmediatamente de modo que la empresa pueda intervenir y frenar cualquier acción en ese sentido.

## RESUMEN DE IMPLANTACIÓN

### Resumen de Implantación Principio 6

	Diagnóstico		
Grupos Interés	Riesgos	Evaluación	Objetivos
Empleados	No existe riesgo	Se contrata, forma y promociona a los trabajadores siguiendo criterios de igualdad. Ver estadísticas.	Continuar la política de igualdad en los puestos directivos.  Promover la contratación de personas jóvenes.

	Políticas		
Grupos Interés	Políticas	Evaluación	Objetivos
Empleados	Política de Integración Social Convenio colectivo Política de RRHH Política de Igualdad	Inserción laboral de universitarios y alumnos de Formación Profesional.	Continuar integrando jóvenes demandantes de primer empleo



WE SUPPORT

	Acciones		
Grupos Interés	Acciones	Evaluación	Objetivos
Empleados	Medidas de género Planes de carrera Proyectos de inserción laboral Sensibilización interna no discriminación e igualdad de oportunidades. Difusión guía prevención del acoso.	Encuesta Chárter de La Diversidad.  Participación en proyectos de inserción laboral.	Mejorar las políticas de igualdad.  Promover notoriedad de la mujer en las áreas corporativas.

	Seguimiento		
Grupos Interés	Seguimiento y Medición de Impactos	Evaluación	Objetivos
Empleados	Informe de Progreso Registros oficiales Plan de Comunicación Interna	La entidad ha aumentado el porcentaje de mujeres directivas  La entidad ha aumentado el porcentaje de personas menores de 30 años.	Mejorar la comunicación en materia de igualdad de oportunidades  Realizar seguimiento a través reuniones trabajo E corporativos.



WE SUPPORT

**Principio 7: Las entidades deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.**



## ACCIONES

**Cuestión 1:** ¿Dispone la entidad de una acción concreta? Describa la acción o acciones concretas llevadas a cabo, en relación a este principio, durante el ejercicio.

Implantación:

Sesiones de sensibilización y/o formación en materia medioambiental

### Proyecto 1

Descripción: La sensibilización y formación en materia medioambiental se está llevando a cabo de forma transversal, incluyendo la ideología y recomendación de buenas prácticas en los contenidos formativos destinados al personal de base.

Desde el año 2007, con la creación del Departamento de Innovación, los profesionales integrados en él acuden regularmente a jornadas, talleres y eventos relacionados con el medio ambiente.

Indicadores Cuantitativos:

Número de horas de formación y/o sensibilización: La entidad no estima adecuado evaluar el cumplimiento de este principio mediante horas de formación específica, porque dicha formación está integrada transversalmente tanto en la formación profesional, como en la cultura corporativa empresarial, como en una buena parte de la participación de directivos y profesionales en jornadas de trabajo, proyectos, etc. La entidad evalúa en función del impacto que dicha sensibilización produce en el desempeño y en las mejores prácticas adquiridas sobre el cuidado del Medio Ambiente.





WE SUPPORT

Otro tipo de acción de RSE relativas al Principio 7

#### Proyecto 2

**Descripción:** La preocupación y compromiso de la empresa por el Medio Ambiente y la responsabilidad frente al impacto que su actividad produce en el mismo están presentes en la política corporativa y en la herramienta formativa que la empresa ha elaborado y editado con destino al departamento más numeroso de la misma: el Departamento de Pisos.

Esta herramienta viene utilizándose en la empresa desde el año 1999 para impartir formación profesional a dicho colectivo. La medición de esta acción se ha realizado mediante los cuestionarios de evaluación de las acciones formativas (apartado de impacto de la formación).

Igualmente, se han proporcionado determinados soportes informativos en las habitaciones y apartamentos de nuestros establecimientos para promover el respeto hacia el medio ambiente por parte de los clientes.

**Objetivos:** La sensibilización medioambiental se ha promovido en la web comercial en la información que se facilita a todos los clientes de la empresa y en varias reuniones celebradas con compañías de suministro eléctrico para encontrar soluciones conjuntas de ahorro de energía. En este sentido, cabe resaltar que la entidad ha incorporado en dos de sus hoteles sistemas de ahorro energético para la producción de agua caliente sanitaria y piscina. Los factores medioambientales han jugado un papel importante de cara a esta elección.

#### SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN

**Cuestión 2:** Indique el número de horas en formación medioambiental y/o inversión total en acciones de sensibilización en temas medioambientales.

**Implantación:** La sensibilización y formación en materia medioambiental se está llevando a cabo de forma transversal, incluyendo la ideología y recomendación de buenas prácticas en los contenidos formativos destinados al personal de base.

Desde el año 2007, con la creación del Área de Innovación, los profesionales integrados en ella, acuden regularmente a jornadas, talleres y eventos relacionados con el medio ambiente.

La entidad no evalúa el cumplimiento de este principio mediante horas de formación específica, porque dicha formación está integrada transversalmente tanto en la formación profesional como en la cultura corporativa, como en una buena parte de la participación de directivos y profesionales en jornadas de trabajo, proyectos, etc.



## RESUMEN DE IMPLANTACIÓN

### Resumen de Implantación Principio 7

	Diagnóstico		
Grupos Interés	Acciones	Evaluación	Objetivos
Clientes	Continuar comunicando el interés y la política en materia de Medio Ambiente a los clientes y propietarios incluyéndola en la correspondencia puntual, además de hacerlo en carteles, página web, libros de información, etc.	Menciones al Medio Ambiente en comunicación escrita de la entidad. Carteles, web comercial, Remesas correspondencia	Continuar comunicación política medioambiental de la empresa a los clientes.
Proveedores	Sensibilización en materia medio ambiental	Inclusión de política M Ambiente en criterios de selección de proveedores.  Envío Principios PM a proveedores.	Continuar sensibilización medioambiental de los proveedores.
Empleados	Formación y sensibilización en el respeto del medio ambiente	Introducción de criterios medio ambientales en sesiones de trabajo.  Información a departamentos de los consumos con impacto medioambiental.	Revisar contenidos con referencia. M Ambiente para sesiones de trabajo.



**Principio 8: Las entidades deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.**



## DIAGNÓSTICO

**Cuestión 1:** Indique si la entidad tiene riesgos y responsabilidades en materia medioambiental teniendo en cuenta el sector de su actividad.

Implantación: La actividad hotelera no está calificada oficialmente como una actividad de riesgo para el medio ambiente. Sin embargo, existen numerosos estudios que demuestran la importancia del impacto medioambiental del Turismo.

Servatur es consciente de que tiene una responsabilidad importante por el impacto que su actividad empresarial produce en el entorno ambiental. De manera que ha integrado la preocupación ambiental en su política corporativa y ha desarrollado una serie de acciones y medidas con objeto de imprimir sostenibilidad ambiental a su gestión.

Objetivos:

Durante el año 2014 se ha redactado un borrador del Plan de Residuos. Se han contratado proveedores externos que facilitan servicios y asesoramiento en este sentido.

Durante el año 2014 se han continuado los estudios para establecer medidas de ahorro energético. Además, se ha llevado a cabo instalación del sistema de energía solar en uno de los hoteles.



WE SUPPORT

## POLÍTICAS

**Cuestión 2:** ¿Dispone la entidad de una política por escrito integrada o sigue algún método basado en un sistema de gestión medioambiental para asegurar el cumplimiento de la legalidad en materia ambiental, la consideración de la variable medioambiental en los procesos de la organización, así como prevenir y gestionar los riesgos ambientales?

Implantación: La entidad cumple la normativa vigente en materia medioambiental; no obstante la política empresarial en materia de Medioambiente se plantea de forma más ambiciosa, integrando sus objetivos en todos los departamentos de la empresa y haciendo copartícipes de la misma a los grupos de interés.

## ACCIONES

**Cuestión 3:** ¿Dispone la entidad de una acción concreta? Describa la acción o acciones concretas llevadas a cabo, en relación a este principio, durante el ejercicio.

Implantación: Análisis de la actividad para introducir mejoras medioambientales: uso de papel, consumo de agua y electricidad.

Descripción: Desde el año 2007 la empresa está trabajando en la reducción de consumo de agua, electricidad y papel mediante distintos estudios y proyectos.

### Proyecto 1

El Proyecto de Gestión Documental no se ha podido desarrollar como estaba previsto durante el año 2014. Se estima implantar durante el año 2016.

Se ha contratado una empresa externa que recoge, destruye/recicla el papel y datos confidenciales, cumpliendo con la normativa de Protección de Datos.

### Proyecto 2

Descripción: El proceso de centralización de compras en el que está inmersa la entidad, comporta la revisión de políticas, redacción de procedimientos y estudios de costes. Todo ello tiene un impacto importante en la gestión ambiental.

Indicadores Cuantitativos:

Indique el porcentaje de inclusión de criterios medioambientales sobre el total del volumen de compras: 10,75



WE SUPPORT

#### SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS

**Cuestión 4:** Indique los datos de consumo en electricidad, agua, papel en el año.

**Electricidad: 6.013.710 kWh**

TOTAL	6.013.710	Kwh
Emisiones de CO2 por Kwh de electricidad	4.877.119	Kg de CO2

**Agua: 159.721,00 m3**

TOTAL	159.721	m3
Emisiones de CO2 por m3 de agua	125.860	Kg de CO2

**Papel: 900.000 folios: 4.491K.**

Consumo en Kg de papel	4.491	Kg de papel/año
Emisiones de CO <sub>2</sub> por Kg de Papel	13.472	Kg de CO <sub>2</sub>



WE SUPPORT

Joey Montana - Picky X equivalencia de emisiones X Factores de emisión de CO<sub>2</sub> X

www.minetur.gob.es/energia/ desarrollo/EficienciaEnergetica/RITE/propuestas/Documents/2014\_03\_03\_Factores\_de\_emision\_CO2\_y\_Factores\_de\_paso\_Efinal\_Eprimaria\_V.pdf

Factores de emisiones de CO <sub>2</sub>		
	Fuente	Valores Propuestos
		kg CO <sub>2</sub> /kWh E. final
Electricidad convencional Nacional	(*)	0,399
Electricidad Nacional de origen 100% renovable	(**)	0
Electricidad Nacional de origen 100% no renovable	(**)	0,521
Electricidad convencional peninsular	(**)	0,372
Electricidad convencional Extra peninsular	(**)	0,867
Electricidad convencional Baleares	(**)	0,960
Electricidad convencional Canarias	(**)	0,811
Electricidad convencional Ceuta y Melilla	(**)	0,732
Gasóleo calefacción	(***)	0,311
GLP	(***)	0,254
Gas natural	(***)	0,252
Carbón	(***)	0,472
Biomasa	(***)	0,018
Biomasa densificada (pelets)	(***)	0,018

(\*) Valor obtenido de la Propuesta de Documento Reconocido: Valores aprobados en Comisión

15:16 24/02/2016

Este cálculo se ha elaborado mediante la Guía Técnica para la Contabilización de Consumos del IDAE (Instituto para la Diversificación y el Ahorro de la Energía), homologado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Objetivos: Se espera mantener este nivel de ahorro de electricidad en los distintos centros de trabajo. La instalación de energía solar en un hotel sometido a renovación e inaugurado en octubre de 2013 ha comportado un ahorro energético importante. El consumo de energías limpias en este hotel es un factor tan positivo que facilitará la acometida de nuevos proyectos.

**Cuestión 5:** Indique si la entidad dispone de mecanismos efectivos de evaluación de temas medioambientales.

Implantación: El Área de Innovación/Mantenimiento de la entidad es la que se preocupa de realizar un seguimiento permanente del consumo energético de cada unidad de explotación hotelera, sus costes, su impacto ambiental, además de realizar los estudios necesarios para poner en marcha distintas medidas que promuevan el ahorro energético y la disminución del impacto ambiental.



WE SUPPORT

Se dispone de auditorías energéticas realizadas anualmente, que son la referencia para emprender nuevas medidas.

Objetivos:

Incorporar al equipo de Innovación sólo profesionales cualificados y dotados de valores medio ambientales con el fin de potenciar medidas de respeto al MA en los distintos centros de trabajo de la entidad. Este objetivo se ha podido cumplir durante el ejercicio de 2014 porque el área corporativa de Mantenimiento/Ingeniería goza de mayor capacidad de decisión.

### RESUMEN DE IMPLANTACIÓN

#### Resumen de Implantación Principio 8

	Diagnóstico		
Grupos Interés	Riesgos	Evaluación	Objetivos
Clientes	Diferentes criterios en materia medio ambiental según el origen y cultura de los clientes de la entidad.	Comentarios y sugerencias de clientes en las encuestas de satisfacción. Aplicaciones medidas Plan de Residuos.	Fijar indicadores sobre nº comentarios en materia medioambiental. Establecer mayor nº de indicadores sobre gestión medioambiental
Proveedores	Dificultades para la obtención de certificados sobre cumplimiento de las normativas medio ambientales.	Certificados acreditativos	Proseguir con la exigencia de certificados medio ambientales.
Empleados	Riesgo moderado de que los empleados incumplan ciertas recomendaciones de ahorro energético.	Consumos de agua, electricidad y papel en oficinas y zonas de servicio	Continuar la sensibilización del Personal en Materia de Medio Ambiente





WE SUPPORT

	Políticas		
Grupos Interés	Políticas	Evaluación	Objetivos
Clientes	Política de calidad, medioambiente y seguridad.	El esfuerzo y medidas llevadas a cabo no ha tenido suficiente impacto en la reputación de la entidad	Ampliar el alcance de la gestión ambiental actual. Incluir las noticias medio ambientales en Redes Sociales.
Proveedores	Política de calidad, medioambiente y seguridad.	Comunicaciones escritas con política ambiental.	Incrementar nº de remesas comunicación Política medioambiental.

	Políticas		
Grupos Interés		Evaluación	Objetivos
Empleados	Manual de Calidad y Medioambiente Política de reciclaje Política de Gestión Energética	Actas reuniones con menciones al cuidado Medio Ambiente.	Inclusión política medioambiental en PCI





WE SUPPORT

	Acciones		
Grupos Interés	Acciones	Evaluación	Objetivos
Cientes	Revisar Información a clientes sobre medidas Medioambientales en hoteles.	Comentarios en las encuestas. Evaluaciones TTOO	Reducir el consumo de electricidad. Reducir el consumo de agua.
Proveedores	Establecer nº de comunicaciones mínimo en materia de M. Ambiente	Nº Certificados	Incluir principios medioambientales en acuerdos/contratos.
Empleados	Comunicar l Plan de Residuos Continuar campaña de comunicación a los diferentes departamentos sobre sus consumos energéticos y el impacto de los mismos en el Medio Ambiente.	Valores menores en consumos de electricidad, agua y papel. Evaluación del impacto ambiental de actividad.	Reducir el consumo de papel en la organización. Reducir el impacto medioambiental.

	Seguimiento		
Grupos Interés	Seguimiento y Medición de Impactos	Evaluación	Objetivos
Cientes	Informes Reputación corporativa	Opiniones conducta medioambiental	Reducir frecuencia lavados lencería.
Proveedores	Revisión acuerdos y criterios selección proveedores.	Nº Certificados ambientales	Incremento Certificados Ambientales
Empleados	Revisión de consumos de electricidad Agua y papel áreas de servicios/personal.	Valores en consumos de electricidad, agua y papel.	Mejorar valores de consumo energético en áreas de servicio.

**Principio 9:**

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



**ACCIONES**

**Cuestión 1:** ¿Dispone la entidad de una acción concreta?

Describe la acción o acciones concretas llevadas a cabo, en relación a este principio, durante el ejercicio.

Implantación: Campañas de comunicación de los beneficios de uso de tecnologías limpias

Descripción: Durante el año 2014 se ha realizado una acción específica en este sentido. Como consecuencia de la instalación de un sistema de energía solar térmica en la renovación total de uno de los hoteles, la entidad ha tenido la oportunidad de comunicar el empleo y beneficio del uso de tecnologías limpias. La nueva instalación de energía solar, permite calentar el agua sanitaria y la piscina. Tanto en el evento de la inauguración, ante las autoridades turísticas, como en algunos foros de difusión sobre renovación hotelera, la entidad ha participado con presentaciones o ponencias donde tal comunicación se consideraba oportuna.

Además la empresa cuenta con una instalación de energía termo solar en otro de los hoteles que gestiona. Dicha instalación ha sido fuente de información y propaganda del ahorro energético y los beneficios que comportan las inversiones en energías limpias.



Por otra parte, durante el año 2014 estaba previsto concluir la implantación del Proyecto de Implantación de Gestión Documental, entre cuyos objetivos está el de conseguir un ahorro considerable de papel y consumibles en toda la entidad. Este Proyecto se ha pospuesto debido a la implantación de un sistema de ERP, que se consideraba de carácter estratégico para la empresa. Se estima poder implantarlo durante el año 2016.

### **SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS**

**Cuestión 2:** Inversión financiera total, sobre el total de ingresos brutos, en el año, para el desarrollo y la divulgación de tecnologías respetuosas con el medio ambiente: 0,00021% del total de ingresos brutos.

Implantación:

Durante el proceso de centralización de compras a lo largo de 2014 se han realizado estudios, redactado nuevas de políticas de aprovisionamiento y se ha llevado a cabo una comunicación directa con los proveedores sobre la postura de la entidad a cerca del uso de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Objetivos: Durante el año 2014 se ha desarrollado una intensa comunicación orientada a la concienciación en el uso de tecnologías respetuosas con el medio ambiente. Este objetivo se continuará durante 2015, a medida que se implante la centralización de compras en toda la empresa.

## RESUMEN DE IMPLANTACIÓN

### Resumen de Implantación Principio 9

	Diagnóstico		
Grupos Interés	Riesgos	Evaluación	Objetivos
Cientes	No existe riesgo relevante	Eventos y comunicados sobre la política medioambiental de la empresa y el uso de tecnologías limpias.	Continuar difusión uso de tecnologías
Empleados	Existe riesgo de quedar encasillado a las áreas más técnicas de la entidad.	Uso de las de tecnologías limpias en las comunicaciones del personal de Mantenimiento y Compras	Promover Difusión con PCI.
Proveedores	Existe riesgo moderado entre las empresas pequeñas.	Presentación de certificados voluntarios	Campaña Comunicación

	Políticas		
Grupos Interés	Políticas	Evaluación	Objetivos
Cientes	Campaña de Comunicación en materia estrategia de ahorro energético de la empresa.	Eventos y presentaciones donde se ha comunicado el uso de tecnologías limpias.	Difusión en Redes Sociales
Empleados	Plan de Comunicación Interna	Eventos y comunicaciones corporativas en cuyos foros se Promueven las políticas y valores	Incluir contenidos en PCI.
Proveedores	Campaña de sensibilización en uso de tecnologías limpias.	Respuestas positivas a los mensajes de la entidad.	Persuadir sobre la oportunidad de su utilización.



WE SUPPORT

	Acciones		
Grupos Interés	Acciones	Evaluación	Objetivos
Clientes	Campaña de difusión del uso que hace la entidad de tecnologías limpias.	Opinión de clientes en cuestionarios	Reputación corporativa
Empleados	Inclusión ventajas del uso de tecnologías limpias en comunicaciones internas.	Actas y documentos de trabajo Con menciones al uso de tecnologías limpias.	Promover o uso de tecnologías limpias
Proveedores	Campaña de comunicación uso tecnologías Limpias.	Comunicaciones de retorno	Crear redes influencia positiva uso Tecnologías Limpias.

	Seguimiento		
Grupos Interés	Seguimiento / Medición de Impactos	Evaluación	Objetivos
Clientes	Revisión campañas	Búsquedas opinión términos campaña.	Mejorar reputación
Empleados	Revisión comunicaciones internas	Inclusión de términos sobre tecnologías I en actas.	Incrementar interés en uso de tecnologías limpias
Proveedores	Revisión envíos remesa correos.	Respuesta positivas, carencia de respuestas.	Aproximar objetivos medioambientales en la cadena de aprovisionamiento.



**Principio 10: Las entidades deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.**



## DIAGNÓSTICO

**Cuestión 1:** Indique si la entidad ha realizado un diagnóstico para conocer las áreas de mayor riesgo de forma interna en su organización y en su sector de actividad e identifique cuáles son sus riesgos e impacto. Sí.

Implantación: La entidad considera la honradez y la seriedad como dos de sus valores corporativos más importantes y que vienen formando parte de su conducta e imagen corporativas desde su creación. No obstante, Servatur debe manifestar expresamente y de forma rotunda su postura frente a la corrupción en cualquiera de sus formas.

Objetivos: Transmitir a los empleados estos valores para continuar con la lucha contra la corrupción. Introducir los mensajes anticorrupción en el Plan de Comunicación Interna de la entidad.

## POLÍTICAS

**Cuestión 2:** ¿Dispone la entidad de una política definida por escrito o utiliza algún método de rechazo explícito y público contra la corrupción, la extorsión y/o procedimientos de prevención de blanqueo de capitales?



WE SUPPORT

Implantación:

La comunicación expresa del rechazo de la corrupción entre los grupos de interés es el objetivo que la entidad debe desarrollar, ya que hasta la fecha se consideraba que con la práctica efectiva de dicho valor era suficiente. En este sentido queda un trabajo importante por realizar. La entidad está utilizando guías anti corrupción.

Además la entidad, por medio de su Director General a expresado públicamente su apoyo al Llamamiento para la Acción: "Desarrollo Global de una Agenda Anticorrupción", comunicación con fecha de diciembre 2014.

### ACCIONES

**Cuestión 3:** ¿Dispone la entidad de una acción concreta? Describa la acción o acciones concretas llevadas a cabo, en relación a este principio, durante el ejercicio.

Implantación:

Comunicaciones sobre la lucha contra la corrupción entre los grupos de interés.

Proyecto 1

Descripción: La idea/valor anticorrupción de Servatur está contenida en los principios elementales de su política corporativa y publicada de forma permanente en su página web y en el protocolo de bienvenida para los nuevos empleados: "Honradez y profesionalidad: estos son dos de los valores que más cultivamos para que prevalezcan en todas nuestras actuaciones".

Evaluar el cumplimiento de este Principio en base al nº de comunicaciones realizadas es algo teórico y poco práctico para esta empresa. La razón de esta afirmación algo radical estriba en la constatación de que uno de los mayores valores que tiene la empresa en su contexto es su imagen de empresa seria, honesta y cumplidora de sus obligaciones y responsabilidades frente a sus grupos de interés.

Indicadores Cuantitativos:

Número comunicaciones realizadas: La empresa comunica expresamente su política en los eventos que organiza para su Personal. Todos los años se publican los 10 Principios del Pacto Mundial y se entregan con el regalo de Navidad y la felicitación institucional. En la Fiesta del Personal, el discurso de la Dirección General, recuerda a todos los asistentes el compromiso de la empresa con el Pacto Mundial de Naciones Unidas.





## Proyecto 2

### Creación de un sistema interno de denuncias

Descripción: El sistema de comunicación interna de la empresa tiene un canal interno y efectivo para la recepción y resolución de denuncias.

Los departamentos que se vienen ocupando de este asunto desde que se puso en marcha el Plan de Comunicación Interna son RRHH y Formación y Calidad. Desde la creación del Área de Comunicación y resto de áreas corporativas se han formalizado nuevos canales de comunicación.

La evaluación del cumplimiento de este Principio para la empresa está planteada en base a la prevención de la corrupción, mediante la difusión de pautas de comportamiento disuasorias de prácticas o conductas contrarias al buen gobierno y la transparencia.

### Indicadores Cuantitativos:

Número de denuncias recibidas y resueltas: 10

### SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS

**Cuestión 4:** Indique el porcentaje sobre el total, desglosado por cada Grupo de Interés, que conocen los códigos de conducta y políticas contra la corrupción y soborno de la entidad.

Respuesta:

Clientes: 52

Empleados: 95

Proveedores: 95

Implantación: El porcentaje asignado a los clientes es una estimación, ya que resulta muy difícil calcular la cantidad de clientes que ha podido leer la política corporativa en relación a la corrupción.

Objetivos: La entidad debe revisar toda su política escrita en los diferentes medios de difusión de la misma para enfatizar su oposición a la corrupción en todas sus manifestaciones.





**Cuestión 5:** ¿Dispone la entidad de mecanismos para gestionar las incidencias en materia de anti corrupción?

**Implantación:** La difusión de la política corporativa mediante el Plan de Comunicación, ha permitido establecer mecanismos muy efectivos para luchar contra la corrupción en la empresa.

**Objetivos:** La entidad es consciente de la dificultad que entraña la erradicación de las conductas corruptas, por lo que debe mantener una actitud de lucha permanente y visible.

#### RESUMEN DE IMPLANTACIÓN

##### Resumen de Implantación Principio 10

	Diagnóstico		
Grupos Interés	Riesgos	Evaluación	Objetivos
Clientes	Regalos o Atenciones con objeto de obtener trato de favor	Detección casos puntuales o indicios de actuaciones contrarias a la política de Atención al Cliente.	Prevenir y combatir malas prácticas. Tolerancia cero frente a prácticas no deseables.
Empleados	Favoritismos	Sistema de Selección de Personal transparente	Difundir política corporativa y compromiso de la empresa frente a este Principio.
Proveedores	Tráfico de influencias Competencia desleal	Sistema de evaluación de proveedores.	Difundir política corporativa y compromiso de la empresa frente a este Principio. Tolerancia cero frente a prácticas no deseables.



WE SUPPORT

	Políticas		
Grupos Interés	Políticas	Evaluación	Objetivos
Cientes	Políticas Internas de Gestión Política de RSE Política de Calidad Declaración a favor de políticas gubernamentales contra la corrupción.	El sistema de Calidad aporta transparencia a la aplicación de estas políticas.	Mejorar la difusión de la política anticorrupción.
Empleados	Normas éticas y valores corporativos Política de RSE Políticas Internas de Gestión	El Plan de Comunicación Interna Contribuye al conocimiento de estas políticas.	Mejorar la difusión de la política anticorrupción. Detectar malas prácticas.
Proveedores	Política de compras Política de RSE	El P. Operativo de Compras favorece la política anticorrupción.	Mejorar la difusión de la política anticorrupción.

	Acciones		
Grupos Interés	Acciones	Evaluación	Objetivos
Cientes	Menciones a la política anticorrupción en página web, Redes Sociales.	Publicaciones diversas en distintos soportes. Web, folletos, presentaciones, etc.	Difundir política anticorrupción de la entidad.
Empleados	Aplicación y Desarrollo del PCI Comunicación interna y externa sobre corrupción.	Uso de los distintos canales de Comunicación Interna.	Promover transparencia, alentar denuncias de conductas corruptas.
Proveedores	Seguimiento y evaluación de P. Operativo de Compras. Comunicación permanente con proveedores..	Evaluaciones normalizadas. Sistema de selección de proveedores.	Desalentar conductas poco éticas. Eliminar proveedores sospechosos de malas prácticas.



WE SUPPORT

	Seguimiento		
Grupos Interés	Seguimiento y Medición de Impactos	Evaluación	Objetivos
Clientes	Sistema normalizado de Comunicación con clientes. Sistema de Calidad Página de Atención al cliente	Nº de comunicaciones que se producen entre clientes y organización con total transparencia.	Difundir la política corporativa en contra de la corrupción.
Empleados	Canal de denuncias anónimo o confidencial Despachos de RRHH para atender cualquier consulta o denuncia.	Consultas y denuncias recibidas a lo largo del ejercicio.	Prevenir conductas indeseables. Proteger al trabajador Facilitar la denuncia
Proveedores	Comunicación permanente con proveedores. Sistema de evaluación continua de proveedores.	Autoevaluaciones Evaluaciones a proveedores durante el ejercicio.	Evitar mala praxis en su relación con la entidad. Prevenir corrupción