



MEMORIA

RESPONSABILIDAD SOCIAL 2016 CORPORATIVA Y SOSTENIBILIDAD

BALEARIA





SUMARIO

CARTA DEL PRESIDENTE / 4

GRUPO BALEÀRIA / 8

- Innovación y servicio / 10
- Estructura de gobierno / 12
- Misión, visión y valores / 14
- Código de Conducta y Ética Empresarial / 15

HITOS / 16

- Principales cifras / 19
- Mercados / 20
- Flota / 23
- Premios y reconocimientos / 25
- Nuevas alianzas con organizaciones / 26

LAS PERSONAS DE BALEÀRIA / 28

- El Año de las Personas en Baleària / 30
- El perfil del equipo / 32
- Escuela de Empresa de Baleària / 34
- Beneficios sociales / 38
- Políticas laborales / 40
- Canales de comunicación interna / 41

LOS CLIENTES / 42

- Servicios para los clientes / 44
- Satisfacción del cliente / 48
- Acciones comerciales / 50
- Comunicación / 54
- Carga / 56
- Seguridad y protección de los clientes / 57

INNOVACIÓN Y MEDIO AMBIENTE / 58

- Navegación ecoeficiente / 60
- Emisiones, Índice de Ecoeficiencia de Baleària / 62
- Gestión de residuos / 63
- Innovación / 66
- Estrategia de sostenibilidad / 69

LA SOCIEDAD / 70

- Fundació Baleària / 72
- Voluntariado corporativo / 76
- Otras iniciativas / 77
- Proveedores / 78
- Cash Flow Social / 81

DATOS ECONÓMICOS / 82

- Acerca de este informe / 84
- Indicadores de la guía G4 del GRI y ODS / 85



CARTA DE ADOLFO UTOR, PRESIDENTE DE BALEÀRIA

Este 2016 ha habido una caída continua y generalizada de la confianza en prácticamente todo tipo de organizaciones: gobiernos, ONG, medios de comunicación y empresas. Así lo señalan la mayoría de los estudios sobre el capital confianza. Y, a pesar de que la situación en las empresas no sea tan desalentadora como en el resto de las organizaciones, tampoco es mucho más positiva. También necesitamos recuperar confianza.

Queremos explicar por qué hacemos lo que hacemos, es decir, cuál es nuestro propósito a largo plazo, que da sentido a nuestra actividad.

En la historia de nuestra empresa hemos ido evolucionando, de decir qué hacíamos y cuáles eran nuestros objetivos a contar cómo los conseguíamos siendo una empresa responsable y sostenible para, finalmente, explicar por qué hacemos lo que hacemos, es decir, cuál es

nuestro propósito a largo plazo, que da sentido a nuestra actividad. Estamos convencidos de que es el propósito –y no la estrategia– la razón por la cual existimos: hacer de los mares del mundo el Mare Nostrum que facilitó el intercambio de bienes y servicios y la interrelación de personas, contribuyendo así al desarrollo económico, social y cultural de todos los que conviven en esos mares. Es el propósito de nuestra milenaria actividad.

En Baleària respondemos de cómo ponemos en práctica este propósito, seguros de que –en el contexto transparente en el cual nos encontramos–, hacerlo es el mejor camino para ganar la confianza de nuestros grupos de interés y desarrollar nuestra actividad de manera sostenible.

Pero generar capital confianza requiere, en estos momentos, de nuevas formas de hacer y de comunicar; de atender a nuestros grupos de interés: nos piden alianzas estratégicas dirigidas a generar beneficios a la vez que mejoramos las condiciones económicas y sociales de las comunidades allá donde operamos.

A pesar de que esta demanda es cada vez más intensa, a nosotros no nos es extraña. En Baleària diferenciamos claramente entre Responsabilidad Social y Reputación. La RSC es aquello que somos, nuestra identidad, valores, cultura y manera de entender el papel de las empresas. La reputación es aquello que nos reconocen nuestros grupos de interés sobre aquello que es digno de ser reconocido en nuestro comportamiento.

En 2016 ha sido el séptimo año consecutivo que presentamos nuestra Memoria de Sostenibilidad como un ejercicio de responsabilidad y transparencia. Tres son los ejes que dirigen nuestra aspiración de ser una empresa responsable y ciudadana: la cultura de las 3C; actuar pensando en responder de manera equilibrada a las expectativas de nuestros grupos de interés, y hacer de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) la hoja de ruta hacia la empresa y los negocios que queremos.

Desde que en 2008 aprobamos nuestro Código de Ética y Conducta hemos ido desarrollando una cultura basada en las 3C: decidir y actuar por convencimiento, porque nos conviene hacerlo y coaccionados por seguir haciendo una buena gestión de los riesgos legales.

Una expresión de esta cultura es nuestra apuesta por un *smart maritime* entre Barcelona, Palma y València: una ruta de barcos y estaciones marítimas inteligentes y ecoeficientes. Tres terminales y tres barcos en construcción (uno en La Naval y dos en Cantieri Navale Visentini) nos permitirán avanzar de la eficiencia a la ecoeficiencia –reduciendo un 25% las emisiones de CO², un 85% las del NOx y eliminando completamente las emisiones de azufre y otras partículas contaminantes–, a la vez que permitirán una gestión y unos servicios más inteligentes y personalizados. Un proyecto

Uno de nuestros ejes es convertir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la hoja de ruta hacia la empresa y los negocios que queremos.

alineado con nuestros valores, que nos conviene en términos de reputación y rentabilidad y permite avanzarnos a las restricciones (en relación a las emisiones contaminantes) que nos impondrán en 2020.

En la presente memoria se pueden constatar muchas de las actuaciones que hacemos para responder a las expectativas legítimas de nuestros grupos de interés. Hacerlo, y hacerlo bien, es la mejor manera de llegar a ser una buena empresa, una empresa en la que y con quien la gente quiera trabajar, los clientes confíen y la sociedad anhele tener como vecina.

Baleària aspira a ser una empresa en la que y con quien la gente quiera trabajar, los clientes confíen y la sociedad anhele tener como vecina.

En este empeño, las personas que formamos Baleària tenemos un papel fundamental. Nuestro comportamiento y actitudes son origen de la credibilidad y la confianza que nos otorgarán los distintos grupos de interés. Por eso, designamos 2016 como el Año de las Personas y sustituimos el departamento de Recursos Humanos por el área de Dirección de Personas y Gestión del Talento.

Hacer que los que formamos Baleària nos reconozcamos en nuestro propósito y valores y se creen emociones compartidas que permitan incrementar el compromiso, ha sido una de las actividades a la que hemos dedicado una especial atención. Se han realizado 700 planes de acogida y hemos llevado a cabo la primera convención de la empresa, donde más de 300 trabajadores compartimos ocio y reflexión alrededor de la empresa. Un 17% de la plantilla de la empresa ha podido disfrutar de billetes bonificados, se ha ampliado el Plan Familia y se han puesto en marcha otros proyectos solidarios, como 'Todos con Jalal', que consiguió recaudar 20.000 euros entre los trabajadores de Baleària y crear un Fondo de Solidaridad por la misma cantidad.

Pero existe otro compromiso con todos los que formamos Baleària: procurar su empleabilidad, su desarrollo profesional. En 2016 se han puesto en marcha, a través de la Escuela de Empresa de Baleària (EdEB), el Programa Superior de Formación de Personas que dirigen Personas, donde han participado cerca de cien responsables, el programa Equipos para la Internacionalización y

el Crecimiento, con más de 40 participantes y la formación de 32 alumnos de Puente y Máquinas, de acuerdo con nuestra estrategia de captación de talento. El 83% de la plantilla ha participado en procesos de formación.

Queremos ser una empresa inclusiva, intercultural; ya somos más de 37 nacionalidades, siendo el 14,2% de la plantilla extranjera, la mitad de la cual es de Marruecos. Y estamos convencidos que cuanto más parecidos seamos al mundo en el cual vivimos, más competitivos seremos.

Quiero destacar, por otro lado, el trabajo de nuestra Fundació para que Baleària sea considerada una buena vecina allá donde operamos. Son muchos los programas y las actividades dirigidos a hacerlo posible. En Baleària Cultural hemos llegado a la decena de Llonges de la Cultura, con la participación de más de 40 artistas y más de 70 actividades realizadas. En Ecobaleària, hemos continuado con los programas de investigación realizados por la Conselleria de Medi Ambient de la Generalitat de Catalunya y el centro de educación ambiental Bioeduca; y los de sensibilización, como Expedicionària. En Baleària Solidaria se han realizado 45 actividades y hemos llegado a los 123 voluntarios, un 24% más que el año pasado. Y colaboramos con la Fundación Juegaterapia que lucha contra el cáncer infantil.

Estamos convencidos que cuanto más parecidos seamos al mundo en el cual vivimos, más competitivos seremos.

Una manera de medir la participación de la sociedad en los recursos generados por nuestra actividad empresarial es el Cash Flow Social. Este año ha supuesto 347.368.000€.

Establecer normas claras y transparentes de relación con nuestros proveedores es fundamental para fortalecer nuestra cadena de valor. Anualmente les recordamos nuestra política de compras y nuestro sistema de homologación, basado en la adhesión y cumplimiento de nuestro Código de Conducta. El 90% de los 5.938 proveedores están homologados, siendo el 85% locales.

Nos hemos esforzado para conseguir y mantener la confianza de nuestros clientes, que ya son más de 3,5 millones en 5 países. Hemos invertido

en reformas integrales de nuestra flota para dotarla de la mayor comodidad. El 65% de los barcos disponen de wifi. Hemos ampliado la oferta gastronómica, adaptándola a las características culturales de los territorios donde operamos. Más de 18.000 niños participaron en las distintas actividades de animación, y realizamos 3.072 actuaciones de magia. Hemos mejorado la fidelidad de nuestros clientes, siendo el 97,1% que volverían a viajar con Baleària y las quejas por cada mil pasajeros han descendido.

Los ODS forman parte de la Agenda 2030 por el Desarrollo Sostenible que fue aprobada en septiembre de 2015 por las Naciones Unidas. El Pacto Mundial, del cual somos firmantes, lanzó los ODS como cuadro de mando de la RSC, pidiendo a las empresas que pongamos al servicio de los ODS aquello que mejor sabemos hacer: la creatividad y la innovación para crear riqueza.

Nosotros nos hemos apuntado, aunque tampoco nos ha venido de nuevo. Para nosotros, la RSC no está después de la cuenta de resultados sino antes; ayuda a mejorarlos. Y con este convencimiento intentamos actuar. Con los ODS se consolida esta apuesta para trabajar por impactos positivos,

Nos tenemos que esforzar para pasar de ser empresas responsables a hacer negocios responsables. El reto es conseguir hacer buenos negocios y, al mismo tiempo, contribuir a lograr las metas de los ODS.

para encontrar oportunidades de negocio en los ODS. Es lo que dijo el presidente de las Naciones Unidas Ban Ki-moon el día que presentó la Agenda 2030 y los ODS: "Perseguir los objetivos globales de los ODS haciendo negocios locales".

Estamos, pues, viviendo un cambio de paradigma. Nos tenemos que esforzar para pasar de ser empresas responsables a hacer negocios responsa-

bles. El reto de las empresas es conseguir hacer buenos negocios y, al mismo tiempo, contribuir a lograr las metas de los ODS.

Uno de estos objetivos indica que hay que conseguir el crecimiento económico inclusivo y sostenible, a favor de las personas y sin perjudicar el medio ambiente. Puedo afirmar que hemos contribuido positivamente a este objetivo: hemos incrementado un 13% la cifra de negocio del Grupo,

con 330 millones de euros de facturación y un EBITDA de 78,8 millones de euros, un 17% más. Hemos abierto una ruta internacional con Argelia y ampliado las conexiones con dos nuevas líneas que unen Melilla con la península. Hemos multiplicado los esfuerzos en formación, en conciliación, en mejora de la cohesión y en retribuciones y, a pesar de que los 25 barcos de nuestra flota han recorrido un 13% más de millas que el año anterior, nuestro Índice de Ecoeficiencia ha mejorado y la ratio de toneladas de CO² emitidas por milla navegada sólo se ha incrementado la mitad que los años anteriores, lo que significa una mejor gestión de las rutas; nuestros barcos han sido más eficientes.

Los ODS nos llevarán a tener una RSC más ambiciosa y global y una voluntad renovada de seguir trabajando cada día para ser como queremos parecer.

Si tuviera que hacer un resumen del año diría que lo acabamos con un propósito explicitado ilusionante y trascendental, una hoja de ruta marcada por los ODS que nos llevará a tener una RSC más ambiciosa y global y una voluntad renovada de seguir trabajando cada día para ser como queremos parecer.



Grupo Baleària



INNOVACIÓN Y SERVICIO

Baleària es la naviera líder en el transporte de pasaje y carga en las conexiones con Baleares y uno de los mayores operadores del estrecho de Gibraltar, además de tener presencia en otros cuatro países.

Baleària une diariamente las islas Baleares con la península (a través de los puertos de Barcelona, València y Dénia) y es la única compañía del sector que tiene conexiones interinsulares en las cuatro islas del archipiélago, además de conectar Ceuta y Melilla con puertos peninsulares.

En el ámbito internacional, donde tiene un ambicioso plan de expansión, opera las líneas Algeciras-Tánger (Marruecos) y València-Mostaganem (Argelia), y también ofrece servicios entre Fort Lauderdale (Florida, Estados Unidos) y la isla de Grand Bahama bajo la marca Baleària Caribbean.

La compañía, que se creó en 1998, es un referente de servicio, innovación y responsabilidad social en el sector del transporte marítimo español, caracterizada por su constante crecimiento gracias a la apertura de nuevas rutas y a la incorporación de buques a su flota.

El grupo Baleària –que apuesta por la formación, la gestión del talento y la cohesión de su equipo–, tiene una plantilla estable de 1.363 empleados que trabajan en sus 20 delegaciones y 25 buques.

MODELO DE NEGOCIO

La actividad de Baleària se basa en el transporte marítimo regular combinado de pasajeros, vehículos y mercancías. Por áreas de negocio, la facturación de la carga –más estable a lo largo del año– y del pasaje –más estacional– es similar.

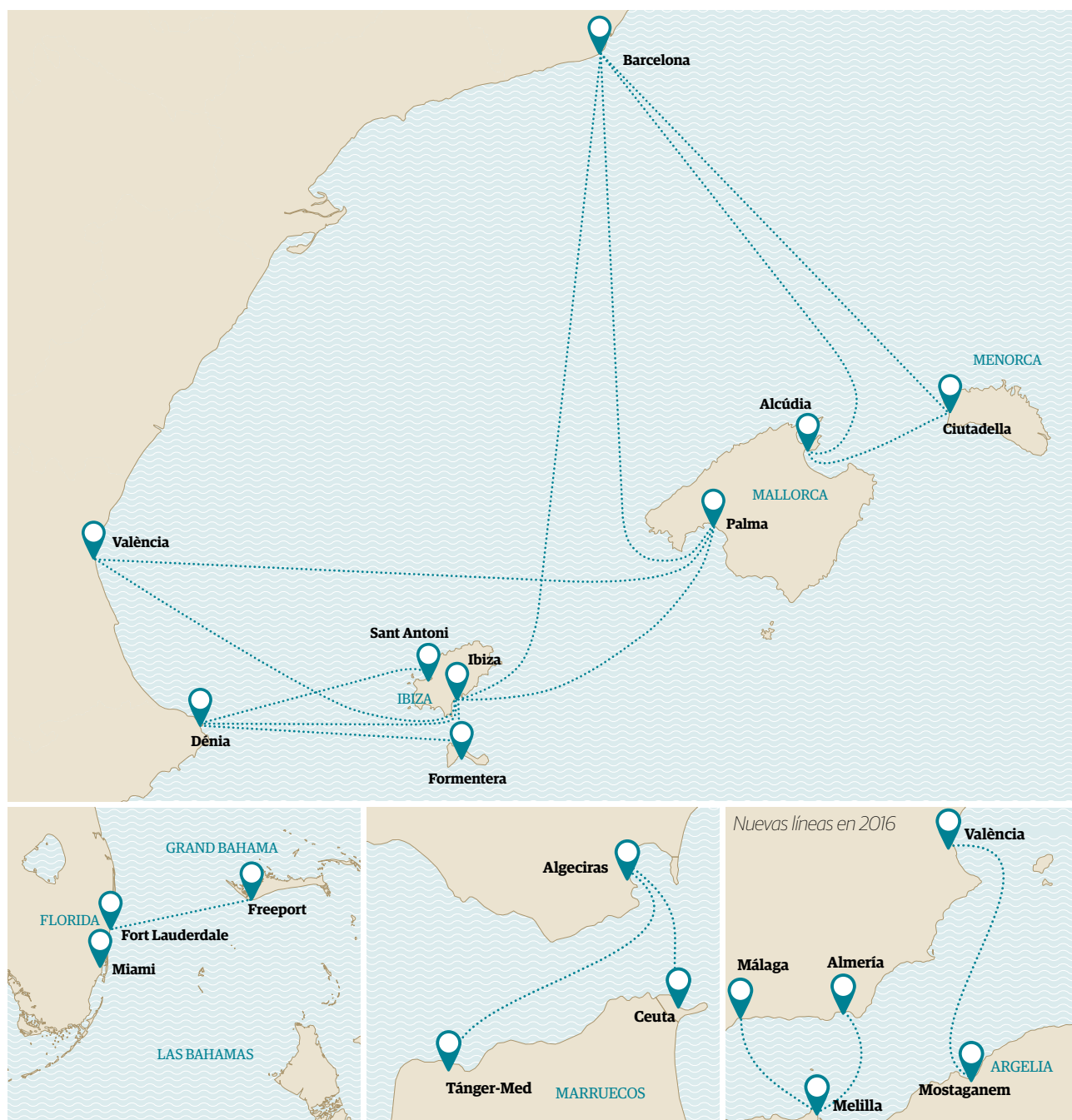
En el área de pasaje, Baleària se distingue por enfatizar la experiencia del viaje gracias al valor añadido que aportan los numerosos servicios a bordo.

Respecto a la carga, la fiabilidad y la puntualidad de los servicios diarios son las principales bazas del grupo Baleària, que dispone de una unidad logística (Baleària Cargo) especializada en ofrecer servicios personalizados de transporte de mercancías a las islas Baleares.

La empresa trabaja para ser cada día más competitiva, de aquí que los planes de inversión de futuro se centren tanto en la apertura de nuevos tráficos como en la innovación. Así, Baleària tiene como objetivo implantarse en nuevos mercados exteriores, además de estar centrada en proyectos de innovación tecnológica relacionados con la eficiencia energética y la construcción de terminales y buques inteligentes.

Baleària se define también como una empresa ciudadana y responsable, que se implica en el desarrollo social y económico de los territorios que une y en el bienestar de sus habitantes, sin olvidar el cumplimiento de sus obligaciones.

MAPA DE LÍNEAS



FLOTA

FERRIES

Abel Matutes
Bahama Mama
Dénia Ciutat Creativa*
Levante
Martín i Soler
Nápoles

Nissos Chios
Passió per Formentera
Poeta López Anglada
Posidonia
Sicilia
Viroto
Visemar One

FAST FERRIES

Avermar Dos
Formentera Direct
Jaume I
Jaume II
Jaume III

Maverick
Maverick Dos
Nixe
Pinar del Río
Ramon Llull
*Incorporación en 2016

CAPACIDAD TOTAL FLOTA

16.000 pasajeros | 17.000 m.l. carga | 2.000 vehículos

ESTRUCTURA DE GOBIERNO

La estructura de gobierno de Baleària se fundamenta en la legislación propia de las sociedades anónimas y se rige por sus propios estatutos.

PRINCIPALES ÓRGANOS DE GOBIERNO

La Junta General de Accionistas y el Consejo de Administración son los dos órganos que planifican, diseñan estrategias y toman las decisiones fundamentales sobre las políticas laborales, de inversión o de negocio.

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

La Junta General de Accionistas es el máximo órgano de gobierno de la empresa. Su funcionamiento está regido por los estatutos de la sociedad y está integrada por accionistas de reconocida experiencia en el sector del transporte marítimo y del turismo.

El accionista mayoritario (57,5%), Adolfo Utor, es a su vez presidente y consejero delegado de la compañía, y representa a la sociedad en todos los actos comprendidos en el objeto social, sin más limitaciones que las establecidas en la Ley, obligándola con todos sus actos y contratos de administración, disposición y obligación. El otro accionista de la compañía es el Grupo de Empresas Matutes, con un 42,5%.



Adolfo Utor Martínez
Presidente y consejero delegado



Ricardo Climent Escriche
Director general de Finanzas e Innovación



Víctor Terricabras Balada
Director general de Negocio



David Fernández Martínez
Secretario General

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Es el órgano superior de gobierno en la toma de decisiones y en la supervisión de los resultados y está integrado por personas con responsabilidades en el funcionamiento de la empresa y por consejeros independientes. Los miembros del Consejo de Administración, que se reúnen dos veces al año, tienen delegadas la mayoría de sus funciones en presidente y consejero delegado.

Composición

- Adolfo Utor Martínez | *Presidente y consejero delegado*
- Víctor Terricabras Balada | *Director general de Negocio*
- Ricardo Climent Escriche | *Director general de Finanzas e Innovación*
- David Fernández Martínez | *Secretario general*
- Abel Matutes Juan | *Consejero independiente*
- Juan Lladó Oliver | *Consejero independiente*
- José Bonet Ribas | *Consejero independiente*

OTROS ÓRGANOS DE GOBIERNO

Baleària dispone de otros órganos comprometidos con la Dirección y que se reúnen mensualmente.

COMISIÓN PERMANENTE

El objetivo de esta comisión es planificar e implantar la estrategia de la compañía, además de analizar y decidir sobre los aspectos concretos de la actividad.

Composición

- Presidente
- Director general de Negocio
- Director general de Finanzas e Innovación
- Secretario general

COMISIÓN EJECUTIVA

Es la comisión encargada de coordinar la planificación e implantación de la estrategia de la compañía. Realiza un seguimiento monitorizado continuo de las oportunidades, los riesgos y los impactos económicos, sociales y ambientales de la empresa. La transmisión de las decisiones importantes al máximo órgano de la compañía se realizan a través de esta comisión o bien directamente.

Composición

- Presidente
- Director general de Negocio
- Director general de Finanzas e Innovación
- Secretario general
- Director de Flota
- Director de Servicios a Bordo y de Dirección de Personas y Gestión del Talento
- Director de Carga y delegado de València
- Delegado de Eivissa y Formentera
- Delegado de la Zona Sur
- Director de América y Desarrollo de Negocio
- Director de Explotación
- Responsable de Comunicación
- Director de RSC y Reputación



MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

MISIÓN

Dar respuesta a las necesidades de transporte marítimo de la sociedad, ofertando a sus clientes un servicio de calidad y respetuoso con el medio ambiente, a sus accionistas una rentabilidad adecuada y a sus empleados la posibilidad de desarrollarse en el ámbito profesional y personal.

VISIÓN

La visión del grupo Baleària es ser un grupo naviero líder y en continuo crecimiento, con presencia global, que se caracterice por ofrecer unos servicios de calidad excelente mediante la mejora continua y la excelencia en la gestión y medioambientalmente sostenibles que supongan el fortalecimiento y la creación de vínculos entre las sociedades a las que une con sus líneas marítimas, contribuyendo a su desarrollo y progreso.

VALORES

COMPROMISO FIRME CON LOS CLIENTES

Baleària es una empresa orientada a los clientes con el objetivo de ofrecerles unos servicios de calidad que garanticen su seguridad y satisfacción, además de establecer con ellos unas relaciones honestas, respetuosas, duraderas, con un trato personalizado y cercano.

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

Cumpliendo con su responsabilidad como empresa, Baleària desarrolla actuaciones para mejorar la cohesión social, el fortalecimiento cultural y la sostenibilidad ambiental de los territorios y comunidades allá donde desarrolla su actividad.

INNOVACIÓN Y MEJORA CONTINUA

Baleària es una empresa que apuesta por la mejora continua y la innovación tecnológica, que aplica en sus buques y servicios, para ser competitiva y alcanzar la excelencia en la gestión.

RESPECTO AL MEDIO AMBIENTE

Uno de los principales hitos de la compañía es preservar el medio ambiente con actuaciones y políticas eficaces y realistas que vayan por delante del mero cumplimiento de las normativas.

COMPROMISO CON LOS EMPLEADOS

El principal activo de la compañía son los empleados y, por ello, se apuesta por unas relaciones laborales adecuadas y estables en un marco de igualdad de oportunidades que permitan crecer profesionalmente. Asimismo, la estabilidad laboral basada en la competitividad, depende de la actitud y compromiso de los empleados y de la inversión en formación e innovación de la empresa.

CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA EMPRESARIAL

El Código de Conducta y Ética Empresarial del grupo Baleària tiene por objeto asegurar que todas las operaciones de Baleària se desarrollen de forma ética y responsable; mantener siempre un trato digno y justo; y asegurar el respeto medioambiental en todas las operaciones que lleva a cabo por el grupo Baleària.

El Comité del Código de Conducta se encarga de gestionar este código, además de resolver las dudas o cuestiones que puedan surgir respecto a su aplicación por parte del personal de la compañía. Cualquier decisión se toma con el máximo rigor, garantizando la confidencialidad y la presunción de inocencia de las personas implicadas. Durante 2016 no se recibió ninguna denuncia.

Se puede consultar el Código completo en el web de Baleària, accesible para todos los grupos de interés de la compañía.

DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Baleària, en su preocupación por mantener un diálogo abierto y estrecho con sus grupos de interés, trabaja en la búsqueda constante de herramientas que permitan acercarse a los mismos y que ofrezcan de un análisis detallado de las expectativas que éstos tienen con respecto a Baleària.

En este sentido, a continuación se muestra una tabla donde se indican los principales canales de comunicación, tanto unidireccional como bidireccional, con cada uno de los grupos de interés, así como la periodicidad de los diálogos.

	Web	Memoria RSC	Reuniones	Redes sociales	Actos públicos	Encuestas	Revista corporativa	Intranet	Convenios	Comunicados internos	Newsletter	Correo electrónico	Notas de prensa
Clientes	●	●		●	●	●	●				●	●	
Empleados	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	
Accionistas	●	●	●		●		●					●	
Proveedores	●	●	●	●	●	●	●					●	
Sociedad Civil	●	●	●	●	●	●	●		●			●	
Admin. pública	●	●	●		●		●		●			●	
Medios com.	●	●		●	●								●

● Anual ● Trimestral ● Mensual ● Semanal ● Continuo ● Puntual



Presentación del 'ferry Dénia Ciutat Creativa' a los grupos de interés en Barcelona.



Hitos 2016



VALÈNCIA-MOSTAGANEM

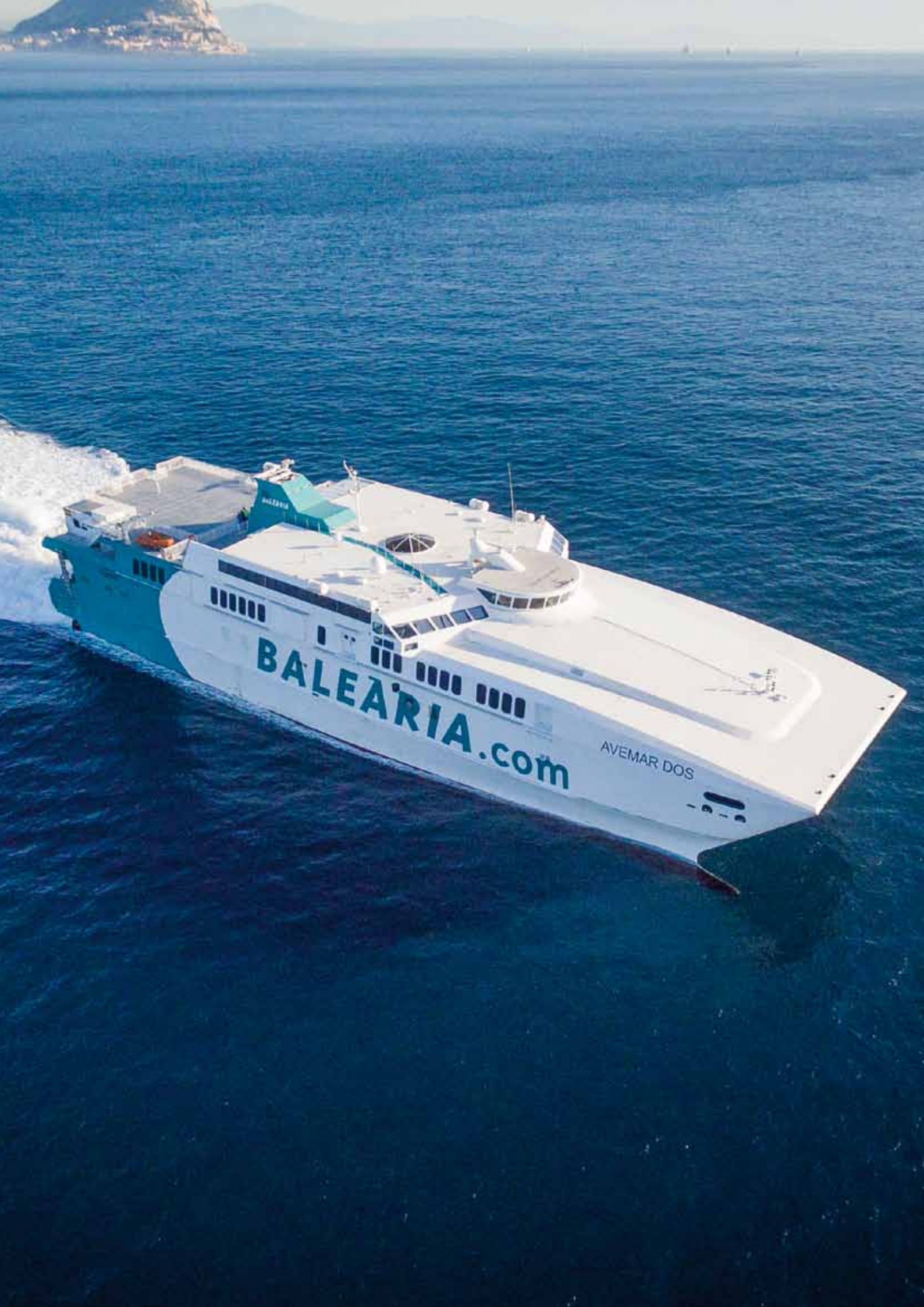


MELILLA-MÁLAGA-ALMERÍA



APUESTA POR EL GAS NATURAL LICUADO





BALEARIA.com

AVEMAR DOS

PRINCIPALES CIFRAS 2016

Resultados económicos

329.900.000€

facturados



78.800.000€

EBITDA



Dimensión compañía

5

países



18

rutas



20

delegaciones



1.363

empleados



Tráficos

3.500.000

pasajeros



750.000

vehículos



5.000.000

m.l. carga



Flota

25

buques



1.000.000

millas navegadas



0,17

kg CO²/t*milla



En 2016 Baleària abrió tres nuevas rutas (València-Mostaganem, Melilla-Almería y Melilla-Málaga), lo que implicó la implantación en un nuevo país (Argelia) y la apertura de cuatro nuevas oficinas. Estas nuevas conexiones y la ampliación de los servicios en las rutas de Baleares (gracias a la incorporación de un buque a la flota) reverteron positivamente en varios parámetros. Así, en el conjunto de las rutas del grupo Baleària, el volumen del tráfico se incrementó un 10% en todas las áreas (pasaje, vehículos y carga), mientras que la facturación del grupo creció un 13% y las millas navegadas un 20% respecto al año anterior.

MERCADOS

Baleària operó en 2016 un total de 18 líneas, de las cuales 12 conectan con Baleares, tres son conexiones desde el sur de España (Algeciras, Almería y Málaga) con Ceuta y Melilla, y tres son internacionales. Uno de los objetivos de la compañía es incrementar hasta el 50% la facturación procedente de los tráficos internacionales, que en 2016 supuso un 20%.

tura de una nueva línea entre el puerto argelino de Mostaganem y la ciudad de València. Además de implantarse en un nuevo país, la apertura de esta ruta contribuirá a incrementar el volumen de tráfico internacional.

La nueva ruta de pasajeros y mercancías entre España y Argelia empezó a funcionar a mediados de junio (aunque en abril se organizó en Mostaganem una presentación de la nueva línea, a la que asistieron 300 personas). Baleària destinó a estos servicios un *ferry* que cubría la travesía en 12 horas, y programó cuatro trayectos semanales en cada sentido en temporada alta y tres en otoño-invierno.

INTERNACIONAL

/ En los meses que operó de 2016, transportó más de **63.000** pasajeros.

NUEVA LÍNEA VALÈNCIA-MOSTAGANEM

Uno de los ejes estratégicos de Baleària para hacer crecer el proyecto empresarial pasa por exportar su modelo de negocio a mercados exteriores. Así, en 2016 la compañía puso un hito más en su proceso de internacionalización con la aper-

Para dar a conocer la nueva línea, Baleària realizó una campaña de publicidad en algunos medios franceses (principalmente en radios y revistas dirigidas a la población árabe). El objetivo de la campaña era captar a la comunidad de origen argelino residente en Francia, principalmente en París, Lyon, Marsella y la zona meridional de los Alpes.

Datos mercado internacional 2016

3	4	705.000	164.400
rutas	países	pasajeros [+15%]	vehículos

Sobre total del grupo Baleària

20%	20%
pasajeros	facturación

NACIONAL

NUEVAS RUTAS MELILLA-MÁLAGA Y MELILLA-ALMERÍA

Baleària también puede seguir creciendo con la apertura de nuevas rutas en el mercado nacional; en 2016 la compañía consiguió un nuevo hito en su trayectoria con la implantación en la ciudad autónoma de Melilla. Así, en diciembre Baleària empezó a operar diariamente las rutas entre Melilla y los puertos de Almería (cuatro horas) y Málaga (cinco horas).

Previamente, en temporada alta, la naviera estuvo operando unas semanas con *fast ferry* entre Melilla y Almería y Motril, pero se decidió finalmente por el puerto malagueño en lugar del granadino por cuestiones de demanda, conectividad y garantías operativas. Además, la compañía optó por cubrir los trayectos en *ferry*, ofreciendo a los pasajeros numerosos servicios a bordo.

/ En total, en los dos meses de operativa de 2016, Baleària transportó en estas líneas 30.000 pasajeros y 6.300 vehículos.

Las nuevas líneas fueron presentadas en los tres puertos de referencia con actos que contaron con la asistencia del presidente de la compañía y autoridades locales.

La compañía comunicó a través de diferentes campañas en los medios locales que su diferenciación radica principalmente en los servicios a bordo, la duración de las travesías y unos horarios que facilitan los traslados a la península.

Prestaciones especiales

De acuerdo con el objetivo de dar respuesta a las necesidades de los melillenses, Baleària puso en marcha una serie de prestaciones especiales en esta línea.

Club Baleària Melilla. Destinado a los residentes en la ciudad, que pueden acumular puntos de forma automática cada vez que viajan, canjeables por billetes de coche o regalos. Además, los socios tienen descuentos en restauración a bordo.

Internet vía satélite. Gratis los primeros 30 minutos y el resto del trayecto por 3 euros.

Smartfun. Servicio de entretenimiento digital que permite a los pasajeros acceder de forma gratuita a contenidos multimedia en sus dispositivos móviles durante el viaje.

Presentación en Melilla. Juan Imbroda, presidente de la Ciudad Autónoma, Adolfo Utor, presidente de Baleària, y Miguel Marín, presidente de la Autoridad Portuaria de Melilla.



BARCELONA-MALLORCA 10 AÑOS

Baleària operó en verano de 2016 con cuatro *ferries* diarios en el puerto de Barcelona. En 2016, además, se cumplieron diez años desde que Baleària empezó a operar entre Barcelona y Palma, lo que permitió a la compañía poder contar con una oferta integral de transporte marítimo desde Barcelona a las tres principales islas del archipiélago balear.

/ En estos 10 años, Baleària es la compañía que más ha crecido y que ha realizado más escalas en el puerto de Barcelona (unas 900 al año, lo que supone multiplicar por tres cuando se implantó en 2003).

PRIMER OPERADOR EN VALÈNCIA

Por otra parte, en el puerto de València, en 2016 Baleària se consolidó como primer operador por volumen de pasajeros y vehículos en régimen de pasaje.

ALGECIRAS- CEUTA 10 AÑOS

También en 2016 se cumplió la primera década de la ruta Algeciras-Ceuta de Baleària, conexión donde la compañía está plenamente consolidada gracias a sus 20 servicios diarios (en *ferry* y alta velocidad) en un amplio horario, y en la que es adjudataria de la línea de interés público desde 2011.

Datos Baleares 2016

1.700.000

pasajeros

[+14%]

400.000

vehículos

[+12%]

4.100.000

m.l. carga

[+14%]

Los presidentes del Port de Barcelona y Baleària, en una presentación en dicho puerto.



FLOTA

SMARTSHIPS PROPULSADOS POR GAS

Uno de los valores de Baleària es la innovación, que pone al servicio de sus otros cuatro compromisos: con los clientes, el medio ambiente, la sociedad y los trabajadores.

Baleària firmó un acuerdo con el astillero vizcaíno LaNaval para construir un buque inteligente propulsado por gas natural licuado –que será uno de los mayores *ferries* de pasaje del mundo, por capacidad y dimensiones–, y otro con el astillero italiano Cantiere Navale Visentini para construir dos *ferries* gemelos también con motores duales de gas.

/ *Está previsto que la primera unidad empiece a operar en las líneas de Baleares a finales de 2018 y las otras dos durante el 2019.*

/ *La inversión total será más de 320 millones de euros.*

Ficha técnica

	LaNaval	Visentini
Eslora	232 m	186,5 m
Manga	30 m	25 m
Velocidad	24 kn	24 kn
Personas	1.730	810
Bodega	3.330 m.l.	2.180 m.l.
Vehículos	331	150



MOTORES WÄRSILÄ

A finales de año se cerró un acuerdo con la empresa finlandesa Wärsilä, una compañía de tecnología marítima que construirá los ocho motores principales de los tres buques inteligentes.

PROYECTOS INTERNOS

A nivel interno, se crearon dos proyectos (liderados por project managers): uno centrado en el uso de gas natural y el otro en la aplicación de la inteligencia en todos los aspectos de los nuevos buques.

Este segundo proyecto está coordinado por una persona del departamento de Flota y otra de Control de Gestión, que constituyeron un equipo de trabajo con miembros de distintos departamentos.

En octubre se les sumó la empresa ALTRAN, una consultoría experta en ingeniería e innovación, junto con quien se empezó a analizar las necesidades tecnológicas de los nuevos *cruise ferries*, la experiencia integral del cliente y los procesos operativos.

En la parte de infraestructuras se realizó el análisis y diseño de la red de comunicaciones internas del buque, comunicación buque-puerto, control de accesos, entretenimiento, telefonía interna, localización en interiores y sistema de cámaras. Por otra parte, se realizó un análisis de alto nivel tanto de los procesos de la empresa (principalmente de la operativa relacionada con los clientes tanto en tierra como a bordo) como de la experiencia del cliente (itinerarios de cliente, gaps de la experiencia y propuestas preliminares de mejora).

El ferry inteligente y ecoeficiente que se está construyendo en los astilleros LaNaval.

PRINCIPALES EJES

Tecnología y eficiencia energética

Estos buques inteligentes serán unos de los primeros del Mediterráneo propulsados por gas natural licuado (gracias a sus motores duales).

/ Permitirán reducir en un **25%** las emisiones de CO², un **85%** las de Nox y eliminar las emisiones de azufre y otras partículas contaminantes.

Además, en los buques se aplicarán otras soluciones innovadores e inteligentes para optimizar la ecoeficiencia y la sostenibilidad.

Servicios premium

La experiencia del cliente se potenciará gracias a unos servicios propios de un crucero y por la aplicación de soluciones tecnológicas a través de los dispositivos móviles de los pasajeros.

Desarrollo económico

Este proyecto fomentará la creación de empleo (tanto durante la construcción como después) y contribuirá al bienestar y desarrollo económico de los territorios.

Formación para conseguir la excelencia

La Escuela de Empresa de Baleària creará un programa específico de formación y convertirá el barco en una plataforma formativa para que los empleados puedan desarrollar sus carreras profesionales.

ADQUISICIÓN DEL 'FERRY DÉNIA CIUTAT CREATIVA'

En 2016 Baleària reforzó su flota con la adquisición del *Dénia Ciutat Creativa*.

/ Un ferry con capacidad para **399 personas** y **1.850 metros lineales de carga rodada** y una eslora de **150 metros**.

La naviera reformó completamente los espacios interiores del buque, que dispone de diferentes tipos de acomodaciones y servicios a bordo, e instaló una hélice de proa que le permitió aumentar su capacidad de maniobra.

La compañía bautizó el buque como *Dénia Ciutat Creativa* para dar a conocer el reconocimiento como Ciudad Creativa Gastronómica de la UNESCO que esta ciudad alicantina, sede de la compañía, recibió a finales de 2015.

SMART MARITIME

La compañía proyecta terminales inteligentes en Barcelona, València y Palma para mejorar la accesibilidad y los servicios de los pasajeros.

El 'ferry Dénia Ciutat Creativa' en Barcelona.



PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Premio a la Tecnología e Innovación

Clúster Marítimo Español

El Clúster Marítimo Español reconoció la apuesta por la mejora continua y la innovación tecnológica de Baleària, especialmente por ser pionera en el uso del gas natural licuado.

Premio Cavanilles de Turismo

Associació Valenciana de Periodistes i Escriptors de Turisme

Se valoró la expansión y mejora de la compañía en las comunicaciones marítimas, así como la responsabilidad social y el ofrecimiento de trasladar refugiados por mar desde Grecia.

Premio a la Trayectoria Turística

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas (IUIT) de la Universidad de Alicante

El presidente de Baleària, Adolfo Utor, recibió el Premio a la Trayectoria Turística, un galardón que tiene por objetivo reconocer la labor de los profesionales y empresas del sector turístico alicantino.

Premio Estrategia Empresarial

Revista 'Ejecutivos'

La publicación destacó el modelo de negocio de la naviera, su evolución y crecimiento, la incorporación de nuevos buques, así como la apuesta por la innovación aplicada a la flota y en la excelencia del servicio a bordo.

Premio Mejor Armador

Revista 'Rotación'

La revista especializada en industria naval reconoció la labor de Baleària en unos premios que distinguen el trabajo de empresas que dedican sus esfuerzos para conseguir que el sector sea competitivo.

Premio

Revista Gaceta 3 del Transporte, Turismo y Negocios

Baleària fue reconocida por esta revista por su firme apuesta por el tráfico de mercancías y pasajeros -EUA y el Caribe - Península y Baleares.

_Premio del Clúster Marítimo Español.



_Premio Cavanilles de Turismo.



_Premio Universidad de Alicante.



NUEVAS ALIANZAS CON ORGANIZACIONES

APORTEM, Port Solidari

Un total de 18 entidades, entre las que se encuentra Baleària, constituyeron la Asociación APORTEM-Port Solidari València, que pretende impulsar la interacción y el acercamiento de la comunidad portuaria con su entorno más próximo, apoyando la inclusión y el bienestar social de las personas.

Código Ético Mundial para el Turismo

Baleària se suscribió en 2016 al Código Ético Mundial para el Turismo junto con otras asociaciones y empresas del sector turístico, seleccionadas por la Agencia Valenciana del Turismo, con el compromiso de cooperar en el desarrollo sostenible y responsable del turismo. La firma de este código pretende contribuir a fortalecer el sector turístico en la Comunitat Valenciana y ayudar a mejorar la imagen y la reputación.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Baleària, como firmante del Pacto Mundial al que informa y da cuenta de sus impactos y del cumplimiento de sus principios desde 2010, y en decidida expresión de su sistema de valores, refuerza, de esta manera, su compromiso con el desarrollo sostenible en este nuevo escenario, y lo hace en todas sus actividades y en el impacto que éstas puedan tener sobre sus grupos de interés. Este compromiso se extiende, también, a todos los ODS y sus metas, aunque algunos, por las propias características de nuestro sector, del contexto y del modelo de negocio, tienen más relevancia que otros.

De esta manera, desde 2016 Baleària se alinea y se identifica con el compromiso de contribuir a la agenda que marcan los objetivos hasta el 2030. Los ODS se convierten en el cuadro de mando hacia el horizonte de empresa ciudadana y responsable que quiere ser.

Fundación Étnor

En 2016, el director de Responsabilidad Social Corporativa y Reputación de Baleària, Josep Vicent Mascarell, fue elegido vocal de la comisión ejecutiva de la Fundación Étnor.

Otras entidades donde Baleària está representada

- _Asociación de empresarios para el Progreso de la Dirección (APD Levante)
- _Asociación de Ingenieros Navales y Oceánicos (AINE)
- _Asociación Naviera Española (ANAVE)
- _Asociación Valenciana de Empresarios (AVE)
- _Cátedra de Cultura Empresarial de ADEIT
- _Círculo de Empresarios de la Marina Alta (CEDMA)
- _Comité Naval de Bureau Veritas
- _Exceltur
- _Fundación Conexus
- _Fundación EDEM
- _Mesa del Turismo Nacional

Adolfo Utor participó en la clausura de XXV Seminario de Ética Económica y Empresarial de la Fundación Étnor.





Acto en Baleària Port, en Dénia.



Las personas de Baleària

1.363
total
empleados

647
empleados
en Tierra

716
empleados
en Flota

73%
Hombres

27%
Mujeres



533
contratos
fijos

85,8%
empleados
de origen
español

37
países
de origen

1.133
empleados
formados

EL AÑO DE LAS PERSONAS EN BALEÀRIA

A finales de 2015, el presidente de Baleària, Adolfo Utor, nombró públicamente 2016 como El Año de las Personas en Baleària.

El objetivo era que en 2016 se impulsase la gestión del cambio en el ámbito de la selección y la formación de los trabajadores y se realizara una amplia difusión de la cultura de la empresa, además de conseguir la cohesión interna de la compañía.

Así, en 2016 se llevaron a cabo unos programas específicos para fomentar el desarrollo personal y profesional de los empleados, mediante formación continua y adecuada a los puestos de trabajo.

*/ Se modificó la denominación de Recursos Humanos por **Dirección de Personas y Gestión del Talento (DPyGT)** y se nombró director a Malik Alkarea.*

La nueva área pretende poner énfasis en el objetivo de retener y fomentar el talento para conseguir equipos profesionales y cualificados. Así, la gestión del talento obedece al compromiso de Baleària con el desarrollo profesional y personal de todos los que forman parte del equipo, con el objetivo de hacer de la promoción interna el instrumento para la creación de equipos cohesionados, motivados y cualificados.

EQUIPOS PARA EL CRECIMIENTO Y LA INTERNACIONALIZACIÓN (ECI)

El área de Dirección de Personas y Gestión del Talento puso en marcha el Programa Equipos para el Crecimiento y la Internacionalización (ECI) con el objetivo de identificar, seleccionar y formar a las personas interesadas en promocionar internamente en otros territorios donde opera la compañía.

Baleària considera que disponer de equipos implicados y bien formados es una ventaja competitiva, y con este programa da la oportunidad a los trabajadores de desarrollarse profesionalmente a través de un aprendizaje que forme equipos motivados y cualificados. También se habilitó un apartado en la intranet para que el personal pudiera actualizar su currículum profesional.

En 2016 se realizó la primera fase de identificación, en la que se solicitó a los empleados interesados en participar en el programa que presentaran su candidatura.

*/ **46 personas (el 3,4% de la plantilla)***

En fases posteriores, se realizará una selección de los candidatos, a quienes se ofrecerá, a través de la EdEB (Escuela de Empresa de Baleària), un plan de formación y mentoring para el desarrollo de las competencias adecuadas al puesto de trabajo al que aspiran.

PLAN DE ACOGIDA

Baleària dispone de un plan de acogida que facilita la rápida integración de los nuevos colaboradores en su puesto de trabajo y entorno laboral, transmitiéndoles la cultura empresarial, misión, visión, valores, así como creencias y reglas de conducta. Desde la plataforma de formación de la Escuela de Empresa de Baleària, el colaborador accede al curso de acogida y a distintos documentos para conocer la organización empresarial (Código de Conducta y Ética Empresarial, Manual de Atención al Cliente y Memoria de Sostenibilidad). Además, el nuevo empleado cuenta con un tutor encargado de ayudarlo y guiarlo en su día a día, explicándole sus funciones y responsabilidades durante el tiempo establecido.

*/ **734 planes de acogida, el 75% en Flota.**
/ **79% lo finalizaron con éxito***

SISTEMA DE GESTIÓN DEL DESEMPEÑO (SGD)

El Sistema de Gestión del Desempeño es una herramienta que evalúa el desempeño profesional de la plantilla y su misión es realizar un seguimiento de cada trabajador en el desempeño de sus tareas diarias, su actitud y su alineamiento con los valores de la compañía, haciendo hincapié en las competencias para el desarrollo de sus funciones.

Este año solo se aplicó el SGD al personal de Flota porque se revisó el procedimiento y se simplificó para su nueva aplicación en 2017.

CULTURA DE EMPRESA

Una de las prioridades de la nueva área de Dirección de Personas y Gestión del Talento es que todo el personal de la compañía conozca la misión, los valores y las principales creencias de Baleària, para que la plantilla se sienta cohesionada y parte integral de una misma cultura. Para ello se elaboró un documento sobre la cultura empresarial de Baleària, que se difundió entre todo el equipo, donde también se detallan las principales normas de conducta y creencias de la empresa.

CONVENCIÓN BALEÀRIA

/ El Año de las Personas finalizó con la Primera Convención, un evento que reunió por primera vez en la historia de la empresa a cerca de 300 empleados de todos los buques y delegaciones.

En el encuentro, diferentes directivos de Baleària analizaron la situación de la compañía y sus retos. Así, se trataron aspectos como la inversión en la construcción de nuevos buques, la expansión internacional de la compañía, la futura implantación de un nuevo sistema de gestión y la apuesta por el canal digital, o la importancia de tener una buena reputación, entre otros. Además, la convención fue una buena oportunidad para que los trabajadores de una empresa que cuenta con 45 centros de trabajo entre Tierra y Flota se conociesen personalmente, fortaleciesen vínculos e intercambiasen opiniones profesionales.

Un momento de la Convención Baleària celebrada en 2016.



EL PERFIL DEL EQUIPO

Baleària fomenta la igualdad de oportunidades, la participación, el trabajo en equipo y el desarrollo profesional y personal, así como el orgullo y sentimiento de pertenencia al proyecto.

Total plantilla

1.363
empleados

[+14%]

/ Antigüedad media: **6 años**

Por áreas

647
Tierra
[+9,1%]

716
Flota
[+18,7%]



Por sexo

991
Hombres
[+19,8%]

372
Mujeres
[+1,1%]



Tierra, por sexo

327
Hombres
[+7,2%]

275
Mujeres
[-4,2%]



Flota, por sexo

619
Hombres
[+18,6%]

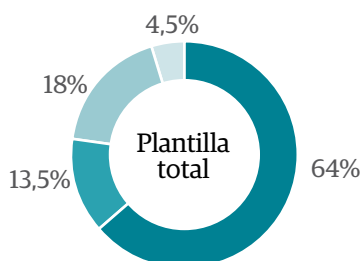
97
Mujeres
[+19,7%]



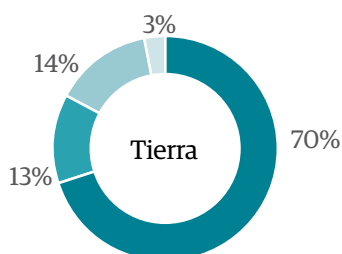


Por categoría laboral

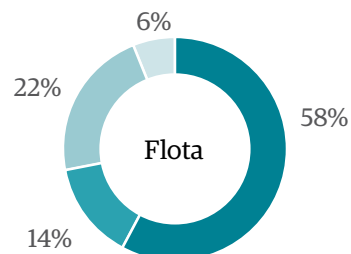
■ Administrativos/Operarios ■ Técnicos ■ Mandos intermedios ■ Directivos



En 2016 se llevaron a cabo **56** promociones internas (**9** en Tierra y **47** en Flota).

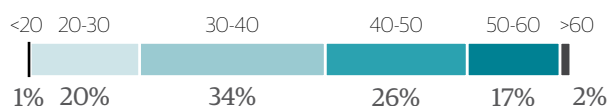


Aumentaron un **3,9%** los mandos intermedios y disminuyeron un **4,8%** los técnicos.



Disminuyeron un **5%** los técnicos pero aumentaron un **8,4%** los mandos intermedios y un **1,2%** los directivos.

Por edad



/ **Edad media plantilla: 39 años**

El **60%** de la plantilla tiene entre **30 y 50** años.

La franja entre **40-50** años creció un **7,7%** en global.

La franja entre **50 y 60** años aglutinaba al **20%** del total de hombres, pero solo al **8%** del total de mujeres (aunque subió un punto respecto al año anterior).

ESCUELA DE EMPRESA DE BALEÀRIA

Para la compañía, la permanente actualización de conocimientos y el grado de capacitación de la plantilla es muy importante.

Con la Escuela de Empresa de Baleària (EdEB) se da respuesta a las necesidades de formación de toda la plantilla que forma parte de la compañía, y se pone a disposición de otras empresas y trabajadores la experiencia de la EdEB con el fin de utilizar el talento existente para generar más talento e incrementar la competitividad de las empresas.

Empleados formados

1.133
empleados formados
[+10%]

83,1%
total
plantilla



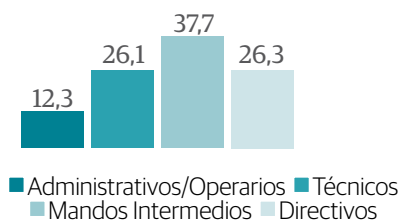
Horas de formación

18.434
total horas

16,2
promedio horas
por participante

- El número de horas de formación se mantuvo.
- Como media, las mujeres tuvieron tres horas más de formación que los hombres.

Promedio horas por categoría laboral



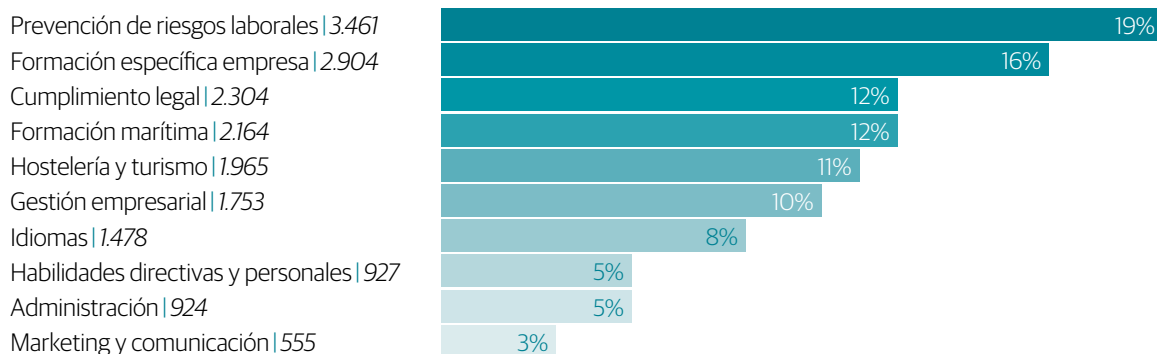
El promedio de horas de formación disminuyó un **39,9%** en la categoría de directivos pero aumentó en el resto, destacando los mandos intermedios (**+19,2%**).

Inversión en formación

308.306€
total
[-10%]

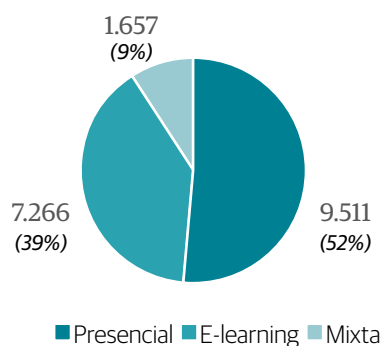
200,33€
por participante
[-14%]

Horas por temáticas formativas



Disminuyó la participación en formación marítima, gestión empresarial y en idiomas.

Horas por metodología



■ Presencial ■ E-learning ■ Mixta

Más de la mitad de la formación se realizó de manera presencial (es el tipo de formación que más subió con un **29%**).

Disminuyeron la formación mixta (un **51,8%**) y e-learning (**6,1%**).

/ La EdEB, que también utiliza la metodología del e-learning, dispone de un sistema propio para el diseño de las acciones formativas en función de las necesidades formativas a cubrir.

Cursos | 8

Participantes | 293

Horas de formación | 2.232

A pesar de que se realizaron dos cursos menos que en el año anterior, el número de participantes se multiplicó por **6** y las horas de formación crecieron un **138%**.

Jornada para inspectores de Flota.



Formación para personal de taquillas.



PROGRAMA PERSONAS QUE DIRIGEN PERSONAS (PDP)

Se creó un programa superior en dirección de personas que dirigen personas orientado a todos los responsables de la compañía con personal a su cargo. El programa, que finalizará en 2018 y permitirá obtener un diploma reconocido por la Escuela de Empresarios (EDEM), consta de tres fases:

Fase previa. Se realizó en 2016 y consistió en un trabajo de autodiagnóstico a partir del cual se elaboraron las dos siguientes fases.

Fase I. Estudio y práctica de las habilidades necesarias para el desarrollo de las competencias en la dirección de personas (2017).

Fase II. Realización de tres cursos de autor y dos sesiones de seguimiento (2018).

Además, el programa cuenta con un campus virtual a través de la EdEB que permite la interacción entre todos los miembros, la posibilidad de contactar con el tutor para resolver dudas, el acceso a materiales, ejercicios o la posibilidad de plantear retos o realizar trabajos.

/ **98 participantes (7,2% sobre el total de la plantilla)**

FORMACIÓN EN GAS NATURAL LICUADO

De acuerdo con la firme apuesta de Baleària para el uso en los próximos años del gas natural licuado como combustible, se siguió con la formación específica para tripulantes que ya se había iniciado en 2015. Así, 23 personas de Flota aprendieron sobre la gestión de emergencias en buques que usan GNL, 9 asistieron a un curso en Noruega sobre el motor de gas que tiene instalado el *Abel Matutes*, y 25 personas se formaron respecto a la operativa específica relacionada con el GNL de este buque.

OTROS CURSOS DESTACADOS

FORMACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN INGLÉS

Más de 150 tripulantes de buques de Baleària donde el inglés es el idioma de trabajo recibieron formación en prevención de riesgos laborales en ese idioma a través de un curso *online* realizado por el proveedor de cursos marítimos Seagull y adaptado al puesto y las funciones de cada tripulante.

ANÁLISIS DE DATOS Y BIG DATA

Hasta 12 personas de diferentes departamentos de la compañía realizaron una formación para aprender a utilizar una herramienta estadística que permite gestionar una gran cantidad de datos estructurados y en múltiples formatos. La finalidad es obtener análisis descriptivos de los hábitos de los clientes para predecir su comportamiento.



Curso en las instalaciones de Rolls Royce en la ciudad noruega de Bergen.



Alumno de Puente en prácticas en el 'Bahama Mama'.

PERSONAL EN PRÁCTICAS

En 2016, un total de 55 estudiantes realizaron prácticas con beca o con contrato laboral (en caso de los alumnos de Flota), tanto en Baleària como en las empresas externas de contratación de tripulantes.

/ 13 alumnos (el 23,6%) fueron contratados tras finalizar su periodo de prácticas.

PROGRAMA DE FORMACIÓN DE ALUMNOS DE FLOTA

En 2016 Baleària realizó la segunda edición del programa de formación de alumnos de Puente y Máquinas aplicando algunas mejoras respecto a la formación anterior. Así el curso se amplió de seis meses a un año y se añadió la posibilidad de que los alumnos acabasen sus prácticas en Baleària con opción a formar parte de la plantilla. Además se colaboró con un programa promovido por la capitanía marítima de Tenerife con la finalidad de dar un impulso cualitativo a la formación.

El objetivo de este programa es crear una cantera de personas capacitadas y especializadas, que se hayan formado en los buques de la naviera siguiendo el modelo de aprendizaje que ha establecido la compañía. Cada alumno realiza las prácticas en cuatro buques diferentes de Baleària (tanto de Baleares como del Estrecho) para que tenga un conocimiento global de la empresa y los puertos donde opera.

/ 32 alumnos en el programa (17 de Puente y 15 de Máquinas)

/ 4 alumnos contratados tras finalizar las prácticas (dos de cada departamento).

Además, se dio la posibilidad a algunos alumnos pendientes de entregar el proyecto final de carrera de volver a contactar con Baleària una vez tengan el título para estudiar la posibilidad de embarcarlos como 3º Oficial.

BENEFICIOS SOCIALES

CONCILIACIÓN E IGUALDAD

Baleària promueve el equilibrio entre el esfuerzo requerido para la consecución del éxito en la misión de la organización y las necesidades socio familiares de las personas, potenciando políticas tendentes a facilitar la conciliación de la vida laboral y familiar, teniendo en cuenta la especificidad de la actividad de Baleària. Además, fomenta también la igualdad de oportunidades y participación de todas las personas que forman parte de la plantilla en el proyecto de la compañía.

PLAN DE IGUALDAD

Baleària cuenta desde sus inicios con el compromiso desde la Dirección de la compañía con la igualdad y no discriminación como motor fundamental para alcanzar la implicación de la plantilla en esta área y conseguir así una mejora del clima laboral, una optimización de las capacidades y potencialidades de toda la plantilla y por consiguiente, de la mejora de la calidad de vida y del aumento de la productividad.

En este sentido, se mantuvo el seguimiento y control del correcto funcionamiento del Plan de Igualdad por parte de un grupo de trabajo creado, donde se establecieron unos objetivos a alcanzar a corto-medio plazo.

En 2016 se llevó a cabo una de las medidas establecidas para alcanzar el objetivo sobre conciliación de la vida laboral y personal: como norma general, se facilita que las horas dedicadas a cualquier acción formativa se realicen dentro de la jornada laboral, siempre que sea posible.

Otras medidas contempladas para este objetivo son garantizar que las personas que se acogan a una jornada distinta de la habitual no vean frenado el desarrollo de su carrera profesional ni sus posibilidades de promoción, y avisar a las personas con suspensión de contrato o excedencia por maternidad o cuidados de la posibilidad de participar en la formación que se programa.

CONCILIACIÓN FAMILIAR Y LABORAL

/ 37 empleados se acogieron a permisos parentales (19 mujeres y 18 hombres) de los cuales 33 volvieron al mismo puesto de trabajo tras el permiso y 30 siguieron en la empresa un año después del permiso.

Se empezó a trabajar en la posibilidad de incorporar nuevos horarios para el personal de las oficinas para que así puedan conciliar mejor su vida personal y laboral. En este sentido, se preguntó a parte de la plantilla por sus preferencias horarias y así se estableció un nuevo horario experimental en la sede central de la compañía que entró en vigor en algunas oficinas en enero de 2017.

FONDO SOCIAL FLOTA

Los empleados de Flota disponen de un fondo social incluido en su convenio colectivo según el cual una parte de la masa salarial se destina a mejoras sociales que son ofrecidas por la empresa y gestionadas por los mismos representantes de los empleados. En 2016 se destinó a cubrir parte del seguro de salud de todos aquellos que quisieron beneficiarse.

*/ 199 beneficiarios (37 más que en 2015)
/ Total fondo acumulado: 172.194,98€*

FONDO DE SOLIDARIDAD

La Fundació Baleària puso en marcha la campaña Todos con Jalal con el objetivo de ayudar a un empleado de la delegación de Tánger cuya hija padece la enfermedad del Síndrome de Crouzon, un trastorno genético que impide que los huesos de cráneo crezcan adecuadamente.

A petición de los compañeros de Jalal, la Fundació organizó esta campaña solidaria entre todos los empleados para recaudar el dinero necesario para una operación que pueda mejorar la calidad de vida de la niña. La difusión se realizó a través

de la intranet (con noticias y videos) y carteles informativos y charlas en los centros de trabajo.

*/ Se recaudaron **21.000€** gracias a las **1.200** contribuciones de empleados de la compañía, una cantidad que permitirá realizar la operación.*

Tras esta campaña, Baleària decidió crear un Fondo de Solidaridad con una cantidad inicial igual a la aportada por los trabajadores en esta campaña y que permitirá abordar situaciones similares en el futuro.

PLAN FAMILIA DE BALEÀRIA

En 2016, una empleada de Mallorca se sumó a las tres empleadas de Algeciras que se benefician del Plan Familia desde el plan piloto iniciado en 2015. Se trata de un programa dirigido a empleados de Baleària con familiares con discapacidad a su cargo que se lleva a cabo a través de la Fundación Adecco, cuyos consultores especialistas en discapacidad e integración social orientaron a dichos empleados y su entorno familiar y social.

En 2016 se realizó una campaña de difusión interna de este plan para que todos los trabajadores lo

conociesen y para dar la opción a otros empleados de beneficiarse del mismo. Además de carteles en las dependencias internas de todas las delegaciones y buques, se realizaron varias noticias en la intranet, entre ellas una entrevista a las tres empleadas del plan piloto, y un vídeo donde una de ellas cuenta su experiencia.

BILLETES BONIFICADOS

Los empleados de Baleària (y sus familiares directos) disponen de la posibilidad de realizar viajes en barco a través del uso de unos bonos con unas condiciones especiales.

*/ **235** empleados (el **17,2%** de la plantilla)
/ **1.079** billetes (+**8,1%**)*

CLUB DEL EMPLEADO

Los empleados de Baleària tiene descuentos y ventajas en más de 40 empresas de todo tipo (actividades culturales, concesionarios, centros comerciales, etc.) en varias de las delegaciones de la compañía.

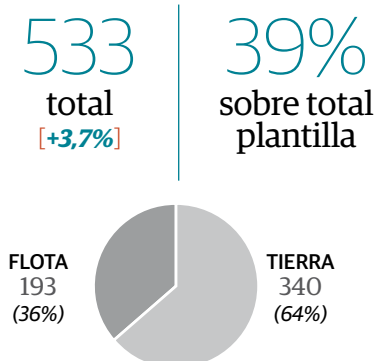
*/ **7** nuevos establecimientos en 2016*

Las tres empleadas de Algeciras que forman parte del Plan Familia de Baleària, con sus hijos.



POLÍTICAS LABORALES

Contratos fijos



- / **19 contratos fijos más que en 2015.**
- / **98% de la plantilla trabaja a tiempo completo.**

Altas registradas en Tierra



Eventual	162
Por obra o servicio	111
Interinidad	18
Baja maternidad	5
Prácticas	3
Indefinido	3
Discapacidad tiempo completo	1

_ Las altas eventuales crecieron un **72,3%**.

Bajas registradas en Tierra



_ **130** corresponden a hombres y **89** a mujeres.

_ La mayor parte de las bajas registradas fueron en el tramo de 20-29 años, con un **35%**, seguido de 30-39 con un **32%**.

_ En **Flota**, debido a la alta rotación y características de este colectivo, no se puede dar el dato exacto de altas/bajas ya que se producen varias altas/bajas para una misma persona en un mismo año.

Retribución salarial

En Baleària no existen diferencias retributivas entre hombres y mujeres, siendo el salario base el mismo en cada categoría y para ambos casos.

/ *La relación entre el salario inicial estándar y el salario base aplicado en Baleària fue de **1,95%** en Tierra y **2,6%** en Flota.*

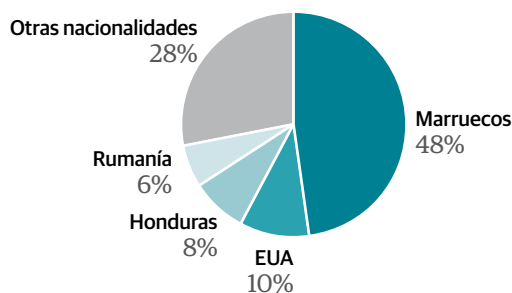
Se mantuvo igual que en 2015 ya que no hubo ninguna política salarial nueva ni cambio de convenio de aplicación.

Índice de absentismo

/ **2,01%** por contingencias comunes (**2,44%** en 2015) y **0,65%** por contingencias profesionales (**0,63%** en 2015)

Las lesiones más comunes fueron producidas por caídas y golpes contra objetos, cortes y trastornos músculo-esqueléticos.

Contratación por origen



_ De los trabajadores extranjeros, **137** eran hombres y **56** mujeres.

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

Baleària tiene una serie de canales de comunicación interna para que sus empleados estén informados de la actualidad de la compañía y que tienen como objetivo implicar y cohesionar a los trabajadores y fomentar el buen clima laboral.

HEMEROTECA 'ONLINE'

El departamento de Comunicación mantiene informados a los directivos y los mandos intermedios de las principales noticias sobre Baleària (además de la competencia, el sector y la actualidad económica) aparecidas en los medios de comunicación. Para ello, envía cada mañana de lunes a viernes una selección de dichas noticias a través de un boletín electrónico.

A finales de 2016 se incluyeron los medios impresos (revistas y periódicos nacionales) en el monitoreo de la noticias publicadas sobre Baleària, que anteriormente solo analizaba los medios *online*. Esto permitió tener un mayor conocimiento de la difusión de las noticias sobre Baleària.

INTRANET

La intranet es el canal de comunicación más utilizado para comunicar las novedades de la empresa.

/ Se publicaron **312** noticias (+5%) y se registró un total de **1.190** usuarios únicos (+18%), con una media mensual de **711**.

Entre las noticias publicadas, las que más visitas registraron fueron las relacionadas con la I Convención de Baleària y la campaña solidaria Todos con Jalal.

INBALEÀRIA CARIBBEAN DIGITAL

En 2016 se creó el boletín digital *InBaleària Caribbean*, un documento interno en formato pdf que se envía por correo electrónico a los trabajadores de las delegaciones de Estados Unidos y Las Bahamas para que estén informados de las últimas novedades, ya que la intranet de la empresa actualmente sólo está en español. Se enviaron siete boletines con información sobre eventos y actividades de Baleària Caribbean y noticias relevantes del grupo Baleària.





Los clientes

3.500.000

pasajeros

5.000.000

m.l. carga

7,8

valoración
general de
los clientes

97,1%

índice
de fidelidad



190.666
socios
Club Baleària

37.800
seguidores
en redes

43.200
mascotas
transportadas

5.000
actuaciones
y fiestas

SERVICIOS PARA LOS CLIENTES

INTERNET

/ **15 buques con internet (4 gratuito y 11 de pago).** En 2016 se incorporaron dos, alcanzando el **65% de la flota.**

/ **11 estaciones marítimas (el 55% del total).**

/ **5.359 conexiones en las estaciones marítimas de Dénia, València, Barcelona y Melilla.**

SERVICIO GRATUITO EN LA LÍNEA EIVISSA-FORMENTERA

En 2016, Baleària instaló un servicio pionero en España, proporcionado por la empresa Cellnex Telecom, que permite hacer llegar señal wifi a barcos durante su trayecto a través de estaciones repetidoras terrestres instaladas en lugares estratégicos, en lugar de usar una señal 3G o vía satélite. Este sistema, que se instaló en tres buques que cubren la línea Eivissa-Formentera (*Maverick*, *Maverick Dos*, *Formentera Direct*), permite a los pasajeros disponer de internet seguro, gratuito y de calidad a bordo. Además, Baleària utiliza esta red wifi para tramitar la venta de billetes a bordo.

/ **14.655 conexiones (entre septiembre y diciembre 2016)**

SERVICIO ESPECIAL EN LAS LÍNEAS CON MELILLA

En 2016, el ferry *Nissos Chios* incorporó un nuevo servicio de internet cuando pasó a operar las líneas con Melilla. Así, se ofrece a los clientes internet vía satélite gratuito durante los primeros 30 minutos y el resto del trayecto por 3 euros.

GASTRONOMÍA

NUEVA OFERTA GASTRONÓMICA

En 2016 se amplió la oferta de productos en los restaurantes y cafeterías a bordo. Así, se incluyó una nueva línea de productos saludables (productos frescos, bajos en azúcar y en grasas) y una gama de alimentos aptos para diabéticos, celíacos y personas con intolerancias alimentarias variadas. También se amplió la oferta de productos halal en los buques que operan con el Norte de África. Finalmente, en el *Dénia Ciutat Creativa* se abrió un restaurante a la carta (siendo ya 5 los buques de la flota que disponen de este servicio).

/ **48% de los pasajeros utilizaron los servicios de restauración a bordo y los valoraron con un 7,3.**

CERTIFICACIÓN HIGIENE ALIMENTARIA

En 2016, 17 buques obtuvieron la certificación de calidad HM de SGS (Hygiene Monitored) en Seguridad Alimentaria, que acredita que Baleària vela por la seguridad de los productos alimenticios que ofrece a bordo de sus buques, asegurando que en todas las etapas de la producción, transformación y distribución de alimentos bajo su control se cumplen los requisitos de higiene (Reglamento (CE) 852-2004, de 29 de abril de 2004).





Interior del 'Avenar Dos', reformado íntegramente en 2016.

REFORMAS INTEGRALES DE BUQUES

Se realizó una reforma integral de los espacios interiores del *Avenar Dos* para dotarlos de mayor comodidad y una imagen más moderna. Se cambiaron todas las butacas, y se renovaron todos los baños y el pavimento del buque. Además, se incorporó un nuevo sistema de televisión por satélite, se habilitó un nuevo bar, se amplió la tienda y se protegió la zona de mascotas. Por otra parte, Baleària incorporó a la flota el *ferry Dénia Ciutat Creativa* y lo reformó completamente para adaptarlo a los estándares de calidad del resto de la flota. Se crearon dos comedores nuevos, un salón de butacas y una zona *chill out* exterior. También se renovó todo el pavimento con vinilo y se realizaron trabajos de fontanería y electricidad.

MASCOTAS

Dentro del plan de mejora de las zonas acondicionadas para las mascotas, en 2016 se reformó íntegramente dicha área en uno de los buques, y en el resto de la flota se sustituyeron las de plástico e instalaron nuevas jaulas de metal, más higiénicas, seguras y cómodas. Además, en todos los buques se incorporaron chalecos salvavidas para las mascotas (ayudas a la flotación adaptadas para diferentes tamaños y pesos de los animales que, en caso de emergencia, permiten la supervivencia a flote de las mascotas que viajan a bordo) y se incluyó la emisión de música relajante en las zonas para mascotas, que permite que los animales tengan un viaje más agradable y tranquilo.

- / **43.200 mascotas transportadas (+17%), el 80% en las líneas de Baleares.**
- / **140 jaulas nuevas.**



Equipo de magos de Baleària, en las taquillas de Barcelona.

FUN&MUSIC: EL ENTRETENIMIENTO A BORDO

Durante los periodos vacacionales (Semana Santa, verano y Navidades), Baleària realiza una programación especial de entretenimiento a bordo.

ESPECTÁCULOS DE MAGIA

Baleària cuenta con un equipo de magos e ilusionistas que realizan actuaciones de magia de cerca o de salón durante las travesías. Además estos profesionales realizan talleres de magia para niños y adultos.

/ **3.072 actuaciones de magia**
/ **1.014 talleres de magia**

ANIMACIÓN TURÍSTICA

Un equipo de animadores realiza sesiones de animación turística (concursos, talleres, bailes, juegos en grupo...) para todos los públicos.

/ **1.440 sesiones**

ANIMACIÓN INFANTIL

Los monitores especializados llevan a cabo actividades y talleres para los más pequeños.

/ **18.820 niños participantes**

PROGRAMACIÓN MUSICAL EN VERANO

Durante el verano, en los *ferries* que enlazan con las Baleares, se llevó a cabo la quinta edición de la programación musical de Baleària Fun&Music. En esta edición destacaron las fiestas en colaboración con Coca-Cola, Ibiza Roots, ElRow y Space, además de las fiestas de estudiantes y ocho conciertos, entre ellos los del ganador del concurso MusicAula y la final de Art Jove, un concurso de bandas emergentes organizado por Carnet Jove Balear.

/ **91 fiestas y conciertos**
/ **21.800 pasajeros**

OTRAS NOVEDADES

Baleària y la juguetera alicantina Cayro firmaron un acuerdo de colaboración para ampliar la oferta de ocio en 17 buques de la compañía. Además de incluir cofres con juegos de mesa y educativos a disposición de los pasajeros, en verano se organizaron gincanas y campeonatos de juegos durante las travesías.

Por otra parte, en el *Nissos Chios* se incorporó el servicio Smartfun, que permite a los pasajeros acceder de forma gratuita a contenidos multimedia en sus dispositivos móviles durante el viaje.

ESTACIONES MARÍTIMAS

Las oficinas de Freeport (en Grand Bahama) se trasladaron a otra terminal para mejorar la operativa y la logística en el atraque de los buques, además de ofrecer más comodidad y servicios para los pasajeros. Por otra parte, en la taquilla de Alcúdia se amplió el espacio, lo que permitió ampliar los puestos de atención al público. Además, en las ocho estaciones marítimas que disponen de pantallas informativas, se renovó la programación con contenidos comerciales e información útil para los pasajeros, y vídeos de los servicios a bordo y los destinos de la compañía.

LA PANSETA

Por otra parte, en la estación marítima de Dénia, Baleària dispone de *La Panseta*, una embarcación solar gratuita que une el centro de Dénia con Baleària Port (donde está la sede de la naviera). Este transporte público da un servicio diario a la comunidad de manera sostenible, realizando una media de 40 trayectos diarios en temporada alta y 25 en temporada baja. Cabe señalar que unos cincuenta empleados de la naviera utilizan este servicio habitualmente para trasladarse a su puesto de trabajo en Baleària Port.

/ **14.000 viajes (+23%)**
/ **220.000 pasajeros (+60%)**

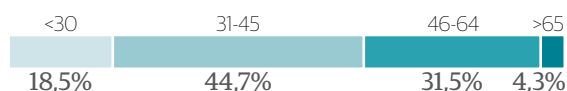
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Para conocer la satisfacción de los clientes, Baleària realiza encuestas telefónicas y personales mediante muestreo aleatorio después de cada etapa de temporada alta (Navidad, Semana Santa y verano) en los buques con mayor afluencia. En 2016 se incluyó un muestreo también en mayo. (Empresa: Investrategia).

Perfil del cliente

EDAD



/ **Media de edad 42,3**

SEXO



Satisfacción general y fidelidad

Aunque la satisfacción general bajó ligeramente, subió la valoración de la relación calidad-precio y el porcentaje de pasajeros que indica que volverá a viajar con la compañía. Por otra parte, los clientes señalaron que el 70,7% de sus viajes marítimos en el último año los realizaron con Baleària.

- / **Satisfacción general 7,8**
- / **Relación calidad-precio 6,8**
- / **Fidelidad 97,1%**

Estaciones marítimas

La satisfacción con las instalaciones de las estaciones marítimas se mantuvo, siendo la de Dénia la mejor valorada (8,3). Como media, la atención de personal del puerto fue calificada con un 8,2, mientras que los accesos desde las instalaciones de tierra a los buques fueron valorados con un 7,5 por los pasajeros que viajaron a pie, y un 7,8 para los que accedieron con su coche.

/ **Satisfacción global con las estaciones marítimas: 7,6**

Buques

La puntuación global de todos los buques de la flota fue de un 8 (3 décimas por debajo que 2015, que registró la cifra más alta hasta el momento), y solo tres barcos tuvieron valoraciones inferiores a esta cifra. Los buques mejor valorados fueron el *Formentera Direct* y los *Maverick* (8,8), el *Jaume I* (8,7) y el *Posidonia* (8,6). Por otra parte, la atención del personal a bordo fue calificada con un 8,4, mientras que la duración de la travesía y la puntualidad obtuvieron un 7,7.

/ **Satisfacción global con los buques: 8**

— Varios servicios en el 'ferry Dénia Ciutat Creativa': restauración, magia y zona para mascotas.



MISTERY PASSENGER

Los principales indicadores de percepción del cliente mostraron incrementos en satisfacción de los clientes respecto al año anterior, destacando la imagen (91%) y la seguridad y empatía (88,9%).

Respecto a las distintas fases del servicio, también hubo una evolución positiva en prácticamente todos los puntos auditados. (Consultora SGS)

/ *Grado de cumplimiento global: **88,6%** (+4 puntos).*

/ *Nivel de calidad del servicio en los buques: **88,8%**.*

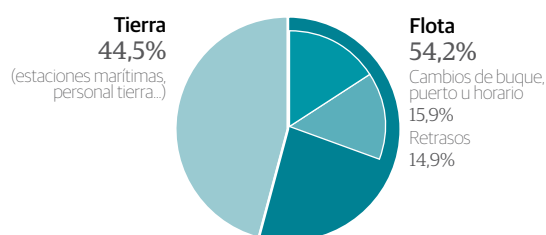
Reserva (compra online y telefónica)	90%
Estaciones marítimas (taquillas, información, salas...)	89,6%
Embarque y desembarque (a pie y con vehículo)	86,9%
Servicios a bordo	89%

QUEJAS Y RECLAMACIONES

El índice de quejas por cada mil pasajeros disminuyó en 2016 (una tendencia constante en los últimos años) a pesar de que el número de quejas aumentó ligeramente en 2016 respecto al año anterior (debido al incremento de pasajeros).

/ *Total quejas: **1.879***

/ *Quejas por cada mil pasajeros: **0,57***



Disminuyeron un **39%** las quejas relacionadas con la mala atención o falta de información en las taquillas, mientras que las relativas por cancelaciones por avería bajaron un **34%**.

En las redes sociales (879 quejas), al primar la inmediatez, la mayoría de comentarios fueron por cancelaciones de servicios, por fallos en el sistema de reservas y servicios a bordo, principalmente.

Por otra parte, en 2016 se recibieron 79 correos electrónicos con agradecimientos y felicitaciones, principalmente en relación con el trato del personal de a bordo y las actividades de animación.

RECLAMACIONES BALEÀRIA CARIBBEAN

En Baleària Caribbean las quejas recibidas se gestionaron con un sistema diferente.

/ *Total quejas: **374***

/ *Quejas por cada mil pasajeros: **0,37***

Los motivos principales fueron la negación de embarque por documentación incorrecta, condiciones meteorológicas o retraso en la salida, entre otros.



ACCIONES COMERCIALES

ACUERDOS COMERCIALES

Baleària renovó en 2016 varios acuerdos para captar nuevos clientes y ofrecer un servicio adaptado a sus necesidades, entre los que destacaron:

ACUERDO CON LA CAIXA

Descuento entre el 20% y el 50% a los titulares de algunos de los productos de la entidad bancaria.

/ **Pasajeros beneficiados: 49.486**

ACUERDO CON RENFE

Descuento del 50% en el segundo medio de transporte contratado, combinando viajes en tren y barco.

/ **Pasajeros beneficiados: 16.000**

ACUERDOS DEPORTIVOS

Baleària tuvo presencia en prácticamente todas las carreras populares de las Baleares a través del acuerdo con Elite Chip y otros.

OTROS ACUERDOS

Con otras empresas y corporaciones (Barceló, Palladium, Banco Sabadell, Iberostar o Ikea) y con organismos y fuerzas del estado (Guardia Civil, Ejército o Policía).

OFERTAS

DESCUENTO DEL 5% EN EIVISSA-FORMENTERA

Se envió un código de descuento del 5% válido para línea entre Eivissa-Formentera a todos los clientes que habían comprado un billete con destino a Eivissa o habían buscado información de la línea en web.

/ **50.000€ en ventas directas.**

OFERTAS FACEBOOK

Se generaron ofertas especiales para los seguidores de Facebook.

/ **774 ventas**

/ **40.000€ en ventas directas**

SUBASTA ONLINE

Esta oferta se ofreció por primera vez en verano de 2016, y permitía al cliente fijar el precio final a pagar "negociando" virtualmente con el sistema.

OTRAS OFERTAS

Como en años anteriores, se pusieron en marcha a lo largo del año ofertas específicas con el objetivo de incentivar las ventas (por ejemplo, coche gratis, precios especiales para tres o cuatro personas, precios especiales para días entre semana...).

/ **Lunes Outlet (ofertas semanales específicas que se pueden reservar solo durante 48 horas): 15.966 viajeros.**

/ **Black Friday y E-day: 1.941 pasajeros.**

CÓDIGOS PROMOCIONALES

También se lanzaron códigos promocionales en diferentes folletos, bonos e inserciones publicitarias y online en sitios web de cupones de descuentos.

/ **Groupon: 9.371 pasajeros.**

Agencias de viajes

Dentro de la estrategia comercial tuvo una gran importancia las ventas a través de agencias de viajes. Se realizaron campañas específicas y se obtuvo presencia en las páginas web de terceros como Logitravel, Rumbo, Marazul o Europlayas, entre otras.

ACCIONES PROMOCIONALES

Como es habitual, Baleària estuvo presente en varias ferias y jornadas y participó en acciones promocionales como press trips y fam trips.

Ferías. FITUR (Madrid) | Feria Logismed (Casablanca, Marruecos) | Feria Made in Morocco (Bruselas, Bélgica) **Ferías Baleària Caribbean (en Fort Lauderdale, Estados Unidos).** Feria de salud y estilo de vida | The Blue Wild Ocean Adventure Expo | Seatrade | Miami Boat Show | West Palm Beach Boat Show | Fort Lauderdale Boat Show | Expolit
Press trips y fam trips. Grupo Gea | AVANTOURS | Grupo Zafiro | Grupo Nego

PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS

La estrategia publicitaria de Baleària se centra en dos tipos de campañas.

CAMPAÑA NACIONAL

Enfocada principalmente a potenciar las ventas de vacaciones hacia Baleares y que se lleva a cabo, por un lado, con el grupo Atresmedia y, por el otro, con las principales agencias de viajes (Logitravel, Halcón Viajes, Barceló y Nautalia).

La presencia en televisión a través del grupo Atresmedia fue una campaña de 600 GRP (Antena 3, La Sexta, Neox y Nova) distribuidos en sus distintos canales en dos oleadas de los meses de junio y julio. Además, se hicieron distintas menciones y sorteos en programas de la emisora Europa FM, dando difusión a los eventos de entretenimiento a bordo e incluso organizando una fiesta Europa FM en la ruta Dénia-Eivissa-Palma.

Las acciones de co-marketing con las agencias de viaje pretenden mantener la presencia en los medios durante el periodo más intenso de reservas estivales. Así, se dio difusión a Baleària en los principales periódicos de alcance nacional y regional (*El País*, *La Vanguardia*, *ABC*, *Las Provincias*, *El Periódico de Catalunya*, *La Razón*, *Levante*, *Mediterráneo*, etc). También se tuvo presencia en radios destacadas como RAC 1, COPE, Europa FM y emisoras del grupo Prisa. Por segundo año consecutivo, con Logitravel se realizó también campaña en televisión.

CAMPAÑAS REGIONALES/LOCALES

Para mantener presencia en los territorios donde el mercado residente tiene un peso significativo se llevó a cabo una estrategia personalizada para cada mercado.

Baleares

Se realizaron tres oleadas de publicidad en Semana Santa, verano y Navidad, coincidiendo con las épocas de mayor movimiento de residentes. A nivel de prensa fue en *Diario de Mallorca*, *Diario de Ibiza*, *Periódico de Ibiza*, *Última Hora* y *Menorca*. Y en cuanto a radios se tuvo presencia en prácticamente todas las emisoras locales, gracias a una campaña conjunta de la mano de Halcón Viajes.

Catalunya y Comunitat Valenciana

Se realizaron refuerzos de cara a la temporada estival con acciones concretas en *Las Provincias*, *Levante* y Grupo Godó (*La Vanguardia*, 8TV y Racc1). Durante todo el año se tuvo presencia en la SER, COPE y *Canfali*, medios principales de La Marina Alta, zona donde se encuentra la sede de Baleària.

Ceuta y Melilla

Se tuvo presencia diaria en los principales periódicos de estas ciudades, *El Faro de Ceuta* y *El Pueblo en Ceuta* y *El Faro de Melilla* y *Melilla Hoy* respectivamente. Puntualmente se hicieron campañas de refuerzo en radios locales.

Francia

Para la nueva línea València-Mostaganem se hizo una campaña en revistas y radios francesas dirigidas a público de origen argelino residente en Francia.



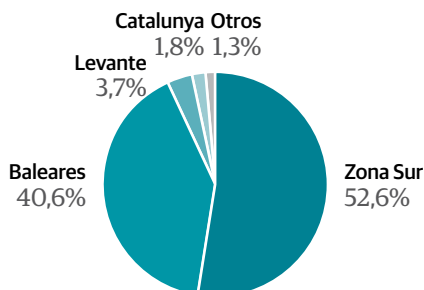
Stand de Baleària Caribbean en The Blue Wild (Ocean Adventure Expo), en Fort Lauderdale, EUA.

PROGRAMA FIDELIZACIÓN: CLUB BALEÀRIA

Baleària cuenta con un programa de fidelización basado en el Club Baleària y el Club Baleària Ceuta, al que en 2016 se sumó el Club Baleària Melilla. Los socios del Club Baleària disfrutaban de descuentos en viajes, en la restauración y las tiendas a bordo y en establecimientos asociados, entre otras ventajas. En el caso del Club Baleària Ceuta, los asociados acumulan puntos en cada viaje, canjeables por regalos.

190.666
socios
[+9%]

En 2016 se reforzó la difusión del Club Baleària a través de todas las *landing page* de la web de la naviera y en los envíos comerciales de *newsletters*. Además se realizaron campañas específicas para los socios. Estas acciones permitieron un aumento en las altas de socios.



Destaca el aumento de socios en la Península (43,3%).

FUNCIONALIDADES WEB

Por otra parte, en el área de socios del web, se mejoraron algunas funcionalidades como la personalización en la pantalla principal en función de sus reservas o la opción de guardar acompañantes y vehículos adicionales en el perfil del socio, agilizando así el proceso de compra para los socios.

CANAL EMAIL

En 2016 se potenció uno de los canales de marketing online más rentables: el correo electrónico. Los objetivos de este canal son el incremento de las ventas, el aumento de tráfico cualificado a la web, la mejora de la experiencia del usuario y la mejora del posicionamiento de la marca, entre otros. Para ello la estrategia se basó en la optimización de campañas, la captación, limpieza y segmentación de base de datos y un plan de contactos (mails de bienvenida, cumpleaños, incentivo de la primera compra, etc.).

/ 900.000€ en ventas (+195%)

/ 185.158 usuarios en la base de datos (socios, registros web, leads y agencias) (+60%)

Se incorporó una tecnología que permite enviar un correo electrónico a los clientes que han abandonado el proceso de reserva en alguno de sus puntos sin realizar la compra. Esto permitió realizar ventas por más de 100.000€ en solo tres meses y medio.

NUEVO CLUB BALEÀRIA MELILLA

Con la apertura de nuevas líneas que conectan Melilla con la Península, Baleària puso en marcha este club, mediante el cual los socios acumulan puntos de forma automática cada vez que viajan (canjeables por billetes de coche o regalos), y obtienen descuentos a bordo.

Por otra parte, se puso en marcha una nueva tarjeta de prepago, que permite canjear los puntos acumulados por trayecto tanto en viajes como en la tienda Tax Free de Melilla. Esta tarjeta se puede recargar con dinero en las taquillas de Baleària o en la tienda y puede ser utilizada para la compra de billetes, consumos a bordo de los barcos o por productos de los establecimientos de la naviera. También se benefician de importantes descuentos y promociones especiales. De manera provisional la tarjeta se presentó en diciembre 2016 ofreciendo las ventajas de la misma a través de bonos canjeables en taquilla y su lanzamiento definitivo se prevé para antes de verano de 2017.

ECOMMERCE

El canal *online* a particulares se reafirma como uno de los más relevantes para la compañía.

37,7
millones de €
facturados

24%
del total
de ventas
[+18%]

/ **73%** de las ventas procedieron de Google

DISPOSITIVOS MÓVILES (mCOMMERCE)

/ **38%** de tráfico

/ **6,1%** de las ventas (en 2015: 1,1%)

/ Las ventas desde la app crecieron un **122%**.

WEB

/ **Visitas: 5.197.599 (+20%)**

Compras de particulares a través de la web sobre el total	40,5%
Procedencia visitas desde España*	84%
Dispositivos de acceso	
Ordenadores	52%
Tabletas y móviles	48%

* Principales países extranjeros por visitas: Francia, Marruecos, Italia y Alemania.



COMUNICACIÓN

PRESENCIA EN LA PRENSA

Baleària mantiene una aparición frecuente y continuada en los medios, tanto en los especializados en el sector marítimo como en la prensa local y regional de las zonas en las que opera.

*/ La presencia en los medios creció un **7,5%** y se situó alrededor de los **700 impactos mensuales**.**

*Incluyen tanto noticias, donde Baleària es protagonista de la información, como simples menciones a la compañía, en otras noticias.

Esto es fruto de la actitud proactiva de la compañía, que facilita de manera periódica informaciones de interés a través de notas de prensa y mantiene una relación personal, fluida y transparente con los periodistas.

*/ **9 de cada 10 noticias positivas** protagonizadas por la naviera se publicaron como resultado de notas de prensa.*

Además, el presidente de la naviera fue entrevistado por algunos de los principales periódicos nacionales, así como de la Comunitat Valenciana.

Por otra parte, el porcentaje de noticias negativas se situó en un 8% (seis puntos más que en 2015) debido principalmente a un incidente con el cantautor Quimi Portet, que —aunque tuvo origen en una incorrecta actuación por parte de Baleària— adquirió una gran dimensión debido al uso partidista de la polémica.

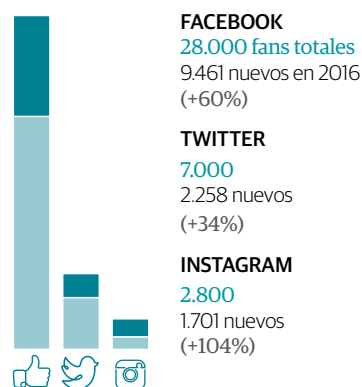
*/ **117 notas de prensa**
/ **41 entrevistas con portavoces**
/ **7 presentaciones públicas***

Las notas de prensa con mayor repercusión en los medios: las relacionadas con las nuevas líneas con Melilla, la firma para la construcción del 'cruise ferry' propulsado por gas, la presentación del buque *Dénia Ciudad Creativa* y los resultados económicos del año anterior.

REDES SOCIALES

Durante el 2016 se dio un impulso significativo a todas las redes sociales donde la compañía tiene presencia con el objetivo de interactuar de forma directa con su comunidad y promocionar sus servicios para aumentar las ventas.

*/ Las redes sociales consiguieron **13.000 nuevos fans** (un **73% más que en 2015**), alcanzando un total de **37.800**.*



Instagram es la red social que más creció, casi doblando el número de seguidores, seguida de Facebook y Twitter.

*/ Los ingresos crecieron un **89%** y se duplicó la inversión publicitaria a través de estos canales.*

Asimismo, se superaron los 6 millones de impresiones (número de veces que se ve una publicación) en Facebook y Twitter, que supone un 105% más que en el periodo anterior, y se alcanzó un total de 200.000 interacciones (número de veces que se comenta, comparte o reacciona a una publicación), un 300% más.

Como principal novedad, se abrió una subpágina de Facebook exclusiva para los residentes de Formentera con contenido de interés para este público. Durante el pasado año también se colaboró con varias empresas y entidades en la difusión de promociones y sorteos. También se realizó en junio un encuentro de Instagramers de Baleares y la Comunitat Valenciana en Eivissa y se organizó de forma paralela un concurso de fotos sobre el destino, que obtuvo un gran éxito de participación y difusión.

REVISTA ENTREOLAS

Tras 12 años y 42 números editándose, la naviera Baleària sustituyó su revista gratuita a bordo, *Baleària Magazine*, por la nueva publicación *Entreolas by Baleària*, centrada en reportajes de tendencias, estilo de vida y viajes que ponen en valor los territorios en los que opera la naviera. Se trata de una revista *premium*, con contenidos de calidad y un diseño gráfico exclusivo dinámico y versátil, cuyo objetivo es ser un valor añadido en el viaje para los pasajeros. La publicación cuenta también con una sección dedicada a la naviera que incluye información útil para el pasajero y las últimas novedades de la compañía desde un enfoque claramente de magazine.

/ **Tirada: 28.000 ejemplares (OJD)**

BLOG ENTREOLAS

Otras de las principales novedades fue la creación del blog 'entreolas', dedicado a informar semanalmente sobre los destinos, propuestas de ocio y temas relacionados con el mar y el sector del transporte marítimo para todo tipo de público. Esta bitácora cuenta, además, con aportaciones de empleados y varios colaboradores externos.

/ **El blog consiguió 4.218 usuarios nuevos, 10.059 páginas vistas y 134 suscriptores.**

WEB ADOLFO UTOR

Se puso en marcha una nueva web del presidente de Baleària, Adolfo Utor, con información sobre su perfil profesional, además de una sección de entrevistas con los medios, fotos y vídeos.



CARGA

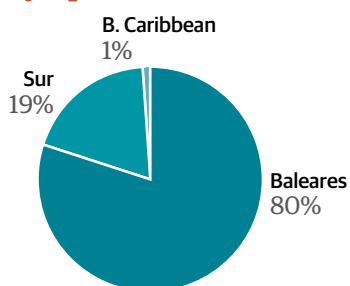
Baleària dispone de una larga experiencia en el transporte de grandes volúmenes de mercancías, tanto en buques ro-pax como en buques exclusivos de carga.

La naviera ha contribuido al concepto de *just in time* con servicios fiables, diarios y de máxima puntualidad, que han permitido mejorar los abastecimientos y optimizar la cadena logística de las empresas. Las características técnicas de los buques y de sus bodegas facilitan el transporte de vehículos de carga autopropulsada.

5.119.832 metros lineales transportados
[+10,4%]

319.000 tráileres
(equivalente a los m.l.)

Metros lineales por zonas y tipo de mercancía



BALEARES

Alimentación	31,47%
Grupaje	22,88%
Envases y otros	8,83%
Bebidas	8,69%
Mat. construcción	4,91%
Otros	23,22%

SUR

Grupaje	25,43%
Alimentación	15,83%
Mat. construcción	13,85%
Téxtil	11,06%
Otros	33,83%

4.144 clientes carga
[+31%]

En 2016, Baleares experimentó un crecimiento del 13% en metros lineales transportados frente al 2015, mientras que en la zona Sur el volumen solo se incrementó un 1,3%. Por otra parte, en los Estados Unidos la variación fue del 26% debido a la captación de nuevos clientes de *dry dock*, que son aquellos cruceros que van a Las Bahamas a reparar, se les transporta todo el material necesario, además de aumentar el porcentaje de vehículos enviados.

BALEÀRIA CARGO

Baleària, a través de su empresa logística, Baleària Cargo, permite personalizar el transporte de mercancías en función de las necesidades del cliente, bien con recogida y entrega al cliente o mediante el servicio puerta-muelle / muelle-puerta.

En 2016, uno de los principales objetivos fue unificar el modelo de servicio de esta división al modelo autopropulsado con la finalidad de agilizar tiempos y mejorar el servicio al cliente.

/ **El 80% de los embarques se realizaron con conductor a bordo (70% en 2015).**

Además, centró sus esfuerzos en la relación con sus partners de transporte, priorizando la contratación de los mismos utilizando las sinergias existentes para beneficiarles, y a la vez favoreciendo mejores resultados de la empresa.



SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE LOS CLIENTES

NUEVOS EQUIPOS DE SEGURIDAD

En 2016 se incorporaron varios equipos de seguridad a los buques de Baleària.

ANTI INCENDIOS

Tras algunos incendios en *ferries* en Europa relacionados con partes eléctricas, Baleària realizó una investigación y evaluación de riesgos y tomó varias medidas: implantar una inspección más detallada y procedimentada de los cables de conexión; adquirir cables de características intrínsecamente seguros y también cámaras térmicas para la detección de fuentes de calor anormales.

EQUIPOS DE RESCATE EN ESPACIOS CONFINADOS

Después de las enmiendas de la IMO sobre procedimientos seguros de trabajo en espacios confinados y sus equipos de rescate, Baleària adquirió trípodes de rescate capaces de elevar a una persona inconsciente que se encuentre en un espacio confinado (como el tanque del buque) con un peso de hasta 250 kg.

NUEVO SISTEMA DIGITAL PARA RONDAS DE SEGURIDAD

Baleària adquirió un software informático para asegurar la efectividad de las rondas de seguridad exigidas por la normativa marítima SOLAS (para detectar tempranamente cualquier incidencia que pueda derivar en una circunstancia potencialmente peligrosa o graves daños para la tripulación, el buque o el medio ambiente). Este software incluye un lector y sensores situados estratégicamente en lugares de obligada inspección del buque que permiten controlar que la ronda se realiza correctamente.

POLÍTICAS, COLABORACIÓN, FORMACIÓN Y RESPONSABILIDADES

Baleària desarrolla su actividad priorizando la seguridad marítima, la prevención de la contaminación, la protección y la satisfacción de los clientes. Todo ello se lleva a cabo a través de:

— La implantación de políticas dirigidas a la detección y eliminación de los riesgos propios asociados a las personas, los buques y la contaminación ambiental.

— La cooperación con todos los actores relacionados con su actividad con el fin de mantener los más altos estándares en seguridad y protección.

— La consecución de programas de formación dirigidos hacia la mejora continua y el perfeccionamiento del desempeño de su actividad.

— El aseguramiento de estos principios mediante el establecimiento de responsabilidades, tanto a bordo como en tierra.

EJERCICIOS DE PROTECCIÓN

En 2016 Baleària participó en el ejercicio de protección marítima MARSEC 2016, cuyo objetivo era comprobar la capacidad de coordinación y colaboración de la Fuerza de Acción Marítima de la Armada con los organismos gubernamentales y no gubernamentales.

EJERCICIOS DE SEGURIDAD

Baleària realiza ejercicios periódicos de preparación de emergencias a bordo de todos los buques. Estos ejercicios se realizan con el fin de mejorar la respuesta de ambas organizaciones ante cualquier emergencia en la mar. En 2016 se realizaron ejercicios con Salvamento Marítimo, consistentes en simular la evacuación de un pasajero enfermo en helicóptero.



1.045.000
millas navegadas

0,1722
kg CO²/t*milla
índice ecoeficiencia

Innovación y medio ambiente



3
smartship
a gas
en construcción

9
buques
sistemas anti
incrustantes

241
propuestas de
mejora continua

NAVEGACIÓN ECOEFICIENTE

El respeto al medio ambiente y la apuesta por la innovación y la mejora continua son dos de los valores que Baleària asume como propios. Para Baleària, innovar es el camino para ser una empresa competitiva y alcanzar la excelencia en la gestión.

Los proyectos de innovación tecnológica están principalmente relacionados con los buques y la búsqueda de la eficiencia energética, que permite una mejor preservación del medio ambiente.

Como en años anteriores, en 2016 Baleària siguió monitorizando su flota y realizando acciones para que la navegación de sus buques fuese lo más económica y eficiente posible. El objetivo es reducir el consumo de combustible (que representa el 40% de los gastos operativos de la naviera) y, por lo tanto, minimizar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de acuerdo con el compromiso de Baleària con el medio ambiente.

GAS NATURAL LICUADO (GNL)

La principal apuesta de Baleària en relación a la ecoeficiencia es el gas natural licuado, en cuyo uso es una de las navieras pioneras a nivel mundial. Este combustible permite la reducción del 25% de las emisiones de CO², del 85% del NOx y eliminar completamente las emisiones de azufre (Sox) y otras partículas contaminantes.

*/ Baleària contempla que sus tres nuevas construcciones (una en los astilleros **LaNaval** y otras dos en **Cantiere Navale Visentini**) usen el GNL para la propulsión y generación eléctrica.*

MOTOR AUXILIAR A GAS

Además, en 2016 se llevó a cabo la segunda fase del proyecto de instalación del primer motor auxiliar de gas natural en un ferry de pasaje. Así, tras el montaje en 2015 del motor en el *Abel Matutes*, en 2016 se emplazaron las tuberías y el depósito para la carga y almacenamiento del gas.

SISTEMAS ANTI INCRUSTANTES DE ÚLTIMA GENERACIÓN

En 2016, se aplicó en la obra viva del *Nápoles* un sistema anti incrustante de última generación (siliconas) que reduce notablemente el consumo de combustible respecto a los anti incrustantes habituales.

/ 9 buques con sistemas anti incrustantes de última generación

AUDITORÍAS ENERGÉTICAS

En 2016 entró en vigor el Real Decreto 56/2016 relativo a la eficiencia energética y que tiene como objetivo alcanzar la reducción del 20% en el consumo de energía marcada por la Unión Europea.

Así, Baleària contrató a la sociedad ECA-Grupo Bureau Veritas una auditoría para conocer su eficiencia energética en toda la empresa (buques, edificios...). Dicha auditoría permitió detectar puntos de mejora para conseguir un ahorro en el gasto energético y la consecuente reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. La auditoría, que está prevista que se repita cada cuatro años, es también el primer paso para obtener en el futuro el ISO 50001-Sistemas de Gestión Energética.

Como resultado de la auditoría se propusieron una serie de medidas, algunas de las cuales ya se venían llevando a cabo total o parcialmente, como la aplicación de sistemas antiincrustantes en los cascos de los buques, el cambio de la iluminación de los salones y tiendas por leds (que permiten una mejor iluminación con un ahorro de energía) o, en los buques con piscina, la sustitución de las duchas exteriores por otras que calientan el agua mediante energía solar.

OTRAS MEDIDAS

A mediados de año, se implantó la digitalización del estadillo de combustible que permite una mejor monitorización del consumo, millas, horarios y otros datos de cada buque. Por otra parte, Baleària participó con cuatro de sus buques en un estudio realizado por el Port de Barcelona sobre las emisiones de los barcos que operan en dicho puerto.

— Instalación para el gas natural licuado en el 'Abel Matutes'.



EMISIONES, ÍNDICE DE ECOEFICIENCIA DE BALEÀRIA (IEB)

Las emisiones de Baleària provienen principalmente de los buques (sólo un 0,09% son procedentes de la electricidad de las estaciones marítimas y de la flota de vehículos).

CONSUMOS

Gasoil (m³)	43.044,56	+14,40%
Fuel (t)	110.874,19	+17,01%
Total consumos GJ*	6.358.617,32	+16,33%

EMISIONES CO²

Gasoil (t)	118.680,73	+14,40%
Fuel (t)	345.306,58	+17,01%
Total	463.987,31	+16,33%

Millas	1.044.981,00	+13,10%
Trayectos (leg)	25.923	-
GJ/trayecto (leg)	245,29	-

Ratio tCO²/milla	0,444	2,86%
------------------------------------	--------------	--------------

* El combustible se convierte a unidad de energía (Giga Julios) para poder medir la energía consumida.

1.045.000
millas navegadas
[+13,1%]

El aumento de las millas navegadas provocó un aumento del consumo de combustible (tanto de fuel como de gasoil) y por lo tanto también conllevó un aumento de las emisiones de CO² en el total de la flota.

El dato más objetivo a la hora de valorar la eficiencia de la flota es el ratio de toneladas emitidas en función de las millas navegadas, que en 2016 fue de 0,444, lo que supone un incremento del 2,86% (cuando entre 2014 y 2015 el incremento fue de 4,23%); esto significa que se han gestionado mejor las rutas y que los buques han sido más eficientes. Hay que señalar que en la apertura de nuevas líneas en el Norte de África Baleària hizo un esfuerzo para ofrecer más servicios y líneas a sus clientes, lo que se tradujo en una pequeña pérdida de eficiencia en algunos viajes, como suele ser normal en los primeros meses de las aperturas de líneas. Esta apuesta contribuye a eliminar de las carreteras muchas toneladas de CO², ya que el transporte marítimo es menos contaminante.

ÍNDICE DE ECOEFICIENCIA DE BALEÀRIA (IEB)

Se define el IEB como la masa de CO² emitida por unidad de actividad de transporte. Baleària estudia este indicador de forma voluntaria, de acuerdo a la filosofía y valores de la empresa de ser medioambientalmente sostenibles.

Dado que en los buques de Baleària viajan pasajeros, vehículos privados y carga rodada, para el cálculo de la actividad de transporte se utiliza una estimación de las toneladas que se están transportando, para que ese dato sea lo más ajustado posible a la carga real transportada en cada viaje, multiplicándose por las millas recorridas.

Al igual que en años anteriores, en 2016 se realizó el seguimiento del IEB de toda la flota, lo cual permite la realización de comparativas rigurosas (si bien éstas pueden estar condicionadas por los cambios de buques y rutas).

IEB FLOTA
0,1722
kg CO²/t*milla
[+7,6%]

IEB FERRIES
0,1470
kg CO²/t*milla
[+6,5%]

IEB FAST FERRIES
0,7021
kg CO²/t*milla
[+16,6%]

En 2016 el IEB aumentó un 7,6% respecto al año anterior. En los *ferries*, el aumento fue del 6%, similar al que tuvo el año anterior. En los *fast ferries*, sin embargo, fue mucho más elevado alcanzando el 16%, cuando el año pasado sólo fue del 1%. Este aumento se debió en gran medida a que el *Jaume I* en 2016 navegó en los Estados Unidos llevando carga de cajas que permiten el transporte de pertenencias personales, en vez de carga más pesada, lo que hizo disminuir las toneladas equivalentes por millas transportadas.

GESTIÓN DE RESIDUOS

Todos los buques tienen un Plan de Gestión de Residuos a bordo, redactado de acuerdo con la regla 10 del Anexo V del Convenio Internacional para la Prevención de la Contaminación por los buques, MARPOL 73/78. El plan define de forma precisa los procedimientos de recogida, clasificación, almacenamiento, tratamiento y evacuación de los residuos. La seguridad y protección del medio ambiente marino está garantizada.

La normativa de aplicación obliga a una recogida selectiva en el propio buque y una recogida desde el exterior, que se debe hacer por una empresa certificada por la autoridad portuaria correspondiente para la realización de las tareas de recogida y traslado. Por otro lado, Baleària trabaja en un modesto proyecto de economía circular en los buques para recoger, reciclar y reutilizar cierto tipo de residuos como papel, cristal, latas o plástico.

En 2016, Baleària empezó a utilizar productos de limpieza marinos certificados a bordo de sus buques, cumpliendo así con el "Punto 23 del orden del día del 14 de Marzo de 2012, Anexo 24: RESOLUCIÓN MEPC. 219(63) – Directrices para la implantación del anexo V del convenio Marpol, del comité de protección del medio marino en su 63º periodo de sesiones".

*/ Los residuos producidos dentro de MARPOL V fueron **10.798 m³**.*

CONTROL DE EFLUENTES Y RESIDUOS

Las aguas de sentina o residuos líquidos procedentes del agua de mar, el agua de limpieza, el aceite y el combustible generado en operaciones durante la navegación, reparación o mantenimiento de los buques, están reguladas por MARPOL I. Su recogida se realiza por parte de empresas certificadas, con su posterior tratamiento en plantas especializadas, donde separan el hidrocarburo del agua y lo transforman en combustible.

*/ **7.306 m³** de efluentes y residuos.*

El reciclaje de estas aguas de sentinas, realizado por las empresas certificadas que las recogen, produjeron 1.015 tm de fuel para su reutilización. Esta práctica se inscribe dentro de la llamada "economía circular", ya que se aprovechan materiales que se encuentran en los residuos.

Para evitar el vertimiento de aguas contaminadas, Baleària realizó a bordo de sus buques las siguientes acciones.

AGUAS DE LASTRE

Se trabajó en el desarrollo y estudio de planes de gestión de aguas de lastre (como los aplicados en el año anterior a dos de los buques de la flota) y que está previsto implantar en 2017 en todos los ferries convencionales.

Estos planes brindan orientaciones operacionales normalizadas para la planificación y gestión del agua de lastre y los sedimentos de los buques, describiendo los procedimientos de seguridad que deben seguirse; y cuyo objetivo es minimizar el riesgo de introducción de organismos acuáticos perjudiciales y agentes patógenos y su sedimento asociado a partir del agua de lastre del buque, asegurándonos que no puedan afectar a ecosistemas marinos distintos.



Por otro lado, el tratamiento del agua de lastre se adaptó al "Convenio internacional para el control y la gestión del agua de lastre y los sedimentos de los buques, 2004", en previsión a su entrada en vigor en septiembre de 2017. Este convenio tiene por objeto eliminar la transferencia de organismos acuáticos perjudiciales y agentes patógenos mediante el control y la gestión del agua de lastre y los sedimentos de los buques.

TRATAMIENTO DE AGUAS NEGRAS

A bordo de los buques se cuenta con plantas de tratamiento de aguas negras, aprobadas por la legislación vigente, cuyo tratamiento consiste en la purificación y desinfección posterior de las aguas con el fin de lograr un efluente con todos los requisitos de calidad.

SEPARADOR DE SENTINAS

A bordo de los buques se cuenta con separadores de sentinas, aprobados por la legislación vigente, para la eliminación del aceite del agua de la sentina, el cual está estipulado en un máximo de 15 ppm en el agua vertida al mar.

MATERIALES RECICLADOS

En la tabla que se presenta a continuación se pueden observar las cantidades recicladas que se registraron en los buques y en las estaciones marítimas acordes al Sistema de Gestión de la Calidad y el Medio Ambiente (SCGMA).

	2015	2016
Papel y cartón	18.761 kg	112.000 kg
Envases (unidades)	2.982.338	4.166.458
Filtros de aceite y trapos contaminados	31.016	20.061
Pilas y baterías	2.767	673
Tóner y cartuchos de impresora	145	147
Fluorescentes y bombillas	655	416

Todo el papel y cartón que se consume en las instalaciones de tierra y a bordo es posteriormente reciclado. En 2015 sólo se contabilizaron los procedentes de los buques, mientras que en 2016 se incluyeron la estaciones marítimas, por eso la cifra se multiplica por seis.

Respecto a los envases, en 2016 creció el consumo y por tanto el reciclado de manera proporcional. Respecto a la diferencia en la cantidad de reciclaje de pilas y baterías, se debe a una falta de precisión en el procedimiento.



INNOVACIÓN

La innovación se enmarca dentro de una estrategia general marcada por dos líneas de acción, claramente definidas: la ampliación y modernización de la flota con criterios de eficiencia energética e introducción de la inteligencia en la prestación del servicio y la apertura de nuevas rutas nacionales e internacionales.

Respecto a la eficiencia energética en la flota, ya se ha detallado con anterioridad. Por otra parte, en 2016, Baleària siguió avanzando en el Plan de Transformación del Sistema de Reservas y Negocio, iniciado el año anterior, cuya finalidad es dotar a la naviera de una herramienta fundamental para la modernización e internacionalización de la empresa, cuya plena implantación se hará en 2017. Durante 2016 se revisaron y aprobaron las pruebas y funcionalidades relativas a ventas, facturación, embarque y monitorización de buque.

BALEÀRIA EN EL PROGRAMA HORIZONTE 2020

En 2016 Baleària participó como socio en tres proyectos presentados a diferentes convocatorias del programa de I+D+i, Horizonte 2020 de la Unión Europea.

Innovaciones en tecnologías de remotorización para la eficiencia energética de buques y el control de emisiones bajo Big Data Analytics (INNO Ship)

En su apuesta por el GNL, Baleària está realizando los estudios técnicos necesarios para realizar la remotorización de una turbina a gas en un *fast ferry*, ya que actualmente no existen en el mercado motores de GNL que puedan ser instalados en buques que naveguen a más de 30 nudos. Este modelo óptimo ofrecería una solución tecnológica para un gran nicho de mercado y permitiría incrementar la competitividad del transporte marítimo en *fast ferries*.

Nuevo concepto de turismo en 'ferry' para un transporte inteligente, integrado, verde y práctico (On sight)

Se trata del proyecto BlueECO, presentado ya en el año 2015, al que se incorporaron nuevas actividades y nuevos socios y se presentó en otra convocatoria. El objetivo es desarrollar una oferta turística por el Mediterráneo español. Las acciones principales son el diseño de un barco ecoeficiente, adaptado a estas rutas de pequeños puertos, y un estudio sobre rutas que incluya ciudades de pequeña o media dimensión con atractivos paisajísticos, patrimoniales, culturales o gastronómicos. El proyecto incluye la realización de un estudio de mercado y el diseño de una oferta que contemple rutas, ciudades y un análisis financiero sobre la viabilidad del producto.

Simulación y optimización de los flujos de pasajeros en zonas altamente congestionadas (estrecho de Gibraltar) mediante modelos adaptativos y sincronizados (OPTIFLOW)

El proyecto tiene como objetivo crear un sistema que –integrando a las diferentes partes implicadas, como la Dirección General de Tráfico, los puertos y las navieras– permita la simulación y optimización de los flujos de pasajeros y vehículos en los momentos de mayor congestión en el Estrecho.

La realización del proyecto contempla todo el escenario: desde el desplazamiento de múltiples vehículos hacia el puerto de salida hasta el regreso desde el puerto de destino. La participación de las partes interesadas más relevantes proporcionará fuentes de información apropiadas y canales apropiados y efectivos para aplicar los resultados de las predicciones, las técnicas de optimización sugeridas y los servicios de sincronización.

La validez de las soluciones se evaluará aplicándolas a un piloto específico desplegado en un corredor como el estrecho de Gibraltar que tiene problemas crecientes de congestión y capacidad muy limitada en comparación con la evolución continua del tráfico.

NUEVA HERRAMIENTA DE PREDICCIÓN METEOROLÓGICA

En 2016 Baleària instaló en todos sus buques que navegan en rutas en las Baleares una nueva herramienta profesional de previsión meteorológica y oceanográfica exclusiva para su flota. La aplicación Smartweather fue desarrollada por la empresa tecnológica Meteoclim, un *spin-off* de la Universitat de les Illes Balears.

Esta herramienta permite homogeneizar la información sobre el tiempo y el estado del mar en toda la flota, lo cual facilita la toma de decisiones en días de temporal u otras incidencias meteorológicas. Smartweather muestra un resumen de todas las rutas con una predicción para varios días que consta de velocidad del viento y oleaje máximo durante las travesías. Para cada una de las rutas se desarrolló un sistema de avisos personalizado de acuerdo con el trayecto y la embarcación, y se puede obtener información detallada como mapas hora a hora de gran cantidad de variables, información en tiempo real y predicciones pormenorizadas.



BALIDEA

Balidea es la herramienta interna mediante la cual los empleados de la compañía pueden presentar sus propuestas de mejora continua.

Total ideas aportadas	241
Participantes	86
Ideas premiadas	7
Ideas implantadas	10

/ *El número de ideas presentadas **duplicó** al total de 2015 y el número de participantes creció un **45%**.*

Sin embargo se implantaron cuatro propuestas menos que en 2015, ya que algunas ideas adecuadas y oportunas están previstas en el nuevo sistema de gestión en el que se está trabajando.

IDEAS IMPLANTADAS

Respecto a la flota, se puso en marcha una canteira de alumnos de cada departamento en los diferentes buques y se habilitó un libro de visitas en cada barco para registrar la estancia de personas de prestigio.

En relación con la Fundació Baleària, se instalaron urnas en *La Panseta* para recaudar donativos para los proyectos solidarios de la entidad, se realizó el intercambio de exposiciones artísticas entre Es Polvorí y el Prado de Ondara y se dio contenido solidario al regalo navideño de la empresa.

En las mejoras para los clientes, se realizaron clases de cocina a bordo como parte de la oferta de ocio, y en la estación de Dénia se protegió la escalera mecánica para evitar accidentes y se reservaron asientos para personas con movilidad reducida.

Finalmente, se estableció una política de uso eficiente para impresoras y se incorporó el campo de localizador en las consultas por la web.



ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

En el año 2016 se elaboró el Plan de Responsabilidad Social Corporativa y Objetivos de Desarrollo Sostenible de Baleària.

Este plan se fundamenta en una concepción del desarrollo sostenible como la integración de las dimensiones, económica, social y ambiental, y el gran impacto que el transporte tiene en la calidad de vida de la población. Se identifican de forma concreta cómo el transporte marítimo puede contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que Naciones Unidas impulsa para el periodo 2015-2030.

Las inversiones en países en desarrollo, la innovación, la reducción de la contaminación, la mejora en la gestión de residuos, la igualdad de género, el compromiso contra el cambio climático o la sensibilización sobre sostenibilidad fueron algunas de las líneas de trabajo definidas.

Con estas líneas de trabajo se espera conseguir resultados en las tres dimensiones de la sostenibilidad: económica (con la mejora de la rentabilidad o la creación de valor para los clientes), medioambiental (con mayor eficiencia energética o el aumento de la utilización de materiales reciclables) y social (con la promoción del desarrollo de las comunidades donde se opera o el impulso de la empleabilidad de los trabajadores).

IMPACTO, RIESGO Y OPORTUNIDADES DE SOSTENIBILIDAD

Durante el año 2016, Baleària siguió los pasos del SGD Compass lanzado por el Pacto Mundial, del cual es firmante. Con ello se pretende alinear, mediar y gestionar las estrategias de la empresa y sus políticas con la intención de maximizar su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). No hacerlo puede significar riesgos legales y reputacionales.

Los ODS ponen en el centro de las preocupaciones a las personas, a todas las personas y en todas partes. Recogen las tres dimensiones del desarrollo sostenible: la inclusión social, la protección del medio ambiente y el crecimiento económico.

Se identificó el impacto de las actuaciones de Baleària en estas tres dimensiones de la sostenibilidad, definidas de forma significativa por el ODS 8 (Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, sin perjudicar el medio ambiente), el ODS12 (Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles) y el ODS14 (Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible).

En este sentido, Baleària detectó los impactos que pueden verse afectados dentro de cada uno de estos ODS y definió una serie de acciones para alcanzar las metas establecidas dentro de la Agenda 2030.

En resumen, el mayor impacto que la actividad de Baleària puede provocar es el de las emisiones de CO², NOx, azufre y partículas nocivas para la salud. El riesgo más importante al que se enfrenta es la nueva normativa de control de emisiones de azufre en las zonas ECA para el 2020. Y la oportunidad es el smartmaritimes, que es la incorporación de GNL y energía solar a las nuevas construcciones; la creación de empleo (2.000 puestos de trabajo); el programa de gestión de la diversidad; y la creación de un manual de ecoeficiencia para hacerlo extensible al resto de la flota de la compañía.

Aprovechando los numerosos retos y oportunidades que los ODS plantean, Baleària aspira a dar a la responsabilidad social una dimensión más global y ambiciosa en un futuro no muy lejano.

Sociedad



72
actividades
culturales
Fundació

15.583
asistentes
eventos
Fundació Baleària

268
actividades
con terceros

123
voluntarios
corporativos



5.938
proveedores

84,9%
proveedores
locales

347.368.000€
cash flow social

FUNDACIÓ BALEÀRIA

La misión de la Fundació Baleària es dar soporte a Baleària a través de la organización de actividades de carácter ambiental, social, cultural o deportivo que fomenten la cohesión social, la sostenibilidad del medio y el fortalecimiento cultural en todos los territorios y comunidades donde opera la compañía. Pretende ser el vínculo de referencia entre Baleària y sus grupos de interés, creando valor y cumpliendo con la cultura empresarial de la compañía.

BALEÀRIA CULTURAL

El programa Baleària Cultural se centra tanto en la colaboración con asociaciones culturales como en la realización de actividades propias y la gestión de varios espacios culturales propios.

LLONGES DE LA CULTURA

Las Llonges de la Cultura son espacios —gestionados directamente por la Fundació Baleària o en colaboración con otra entidad—, que tienen como objetivo impulsar el intercambio de culturas y ser puntos de unión en los que participan artistas, centros educativos, ONG, administraciones, organizaciones empresariales o entidades sociales.

La Fundació Baleària reconvierte el concepto de las antiguas lonjas —que eran espacios para el canje de mercancías gracias al transporte que generaban las líneas marítimas que unían los puertos del Mediterráneo— en una red de espacios ubicados en diferentes ciudades para llevar a cabo el intercambio de la producción cultural de los territorios donde opera Baleària.

*/ Han participado **42** artistas, músicos, escritores, etc.*

Espacios gestionados directamente

La Fundació Baleària tiene dos lonjas culturales consolidadas, cuya programación cultural gestiona directamente: Es Polvorí en Eivissa y Baleària Port en Dénia, donde se organizan exposiciones de arte, actuaciones musicales y presentaciones del ámbito social y cultural. Además, en los bu-

ques de la flota se realiza el programa Sessions Cafè Cultural, con actuaciones musicales. En estos espacios también se lleva a cabo el programa Un Mar de Paraules, que tiene como objetivo poner en contacto la cultura valenciana y balear, con diversos actos entre los que destaca el encuentro anual de poetas y escritores de ambas zonas.

Es POLVORÍ

*/ **11.058** personas*

*/ **25** actividades*

/ En 2016 se renovó para dos años más la concesión de este espacio del Ajuntament d'Eivissa, que la Fundació gestiona desde 2011.

BALEÀRIA PORT

*/ **4.525** personas*

*/ **47** actividades*

Otros espacios

En 2016 se sumó a estas lonjas la Torre de los Duques de Medinacelli en El Verger (Alicante). Además de este, la Fundació Baleària colabora en la programación cultural de otra decena de espacios, gracias al acuerdo con las entidades que los gestionan, como por ejemplo, el Santuario de Cura en Mallorca, Can Gelabert (Binissalem, Mallorca), el Cercle Artístic de Ciutadella (Menorca) y el Ajuntament vell y el Jardí de Ses Eres en Formentera.

—En la página siguiente, detalle de una exposición en el espacio Es Polvorí de la Fundació Baleària (Eivissa).



BALEÀRIA SOLIDÀRIA

La solidaridad es uno de los valores principales de la Fundació Baleària. A través de este programa promueve iniciativas que sirven para mejorar la calidad de vida de los colectivos con riesgo de exclusión social o de regiones desfavorecidas, trabajando en proyectos que fomenten la igualdad de oportunidades, la interculturalidad, la integración, la no discriminación y la diversidad.

RETO SOLIDARIO

TRAILWALKER OXFAM INTERMÓN

La Fundació Baleària participó en Oxfam Trailwalker 2016 (cuyo objetivo era recaudar fondos para el programa "Mis kilómetros cambian vidas"), con un equipo de cuatro personas y dos asistentes que recorrieron 100 kilómetros en 19 horas. El equipo estaba compuesto por personal de Baleària y su club de atletismo.

El proyecto de Intermón-Oxfam pretendía garantizar el acceso al agua potable de las poblaciones más desfavorecidas de África, evitar enfermedades por el mal estado del agua y que las niñas pudieran acudir a las escuelas.

Se hicieron actos para concienciar sobre este problema, se implicó a los trabajadores, entidades deportivas y artistas en el proyecto y los voluntarios organizaron actividades para recaudar fondos.

/ **1.500€** recaudados

ECOBALÈÀRIA

El medio ambiente es otro aspecto clave dentro de la política de sostenibilidad de la compañía. Con este programa, la Fundació Baleària impulsa su compromiso medioambiental creando valor con actividades que conciencien a preservar el medio y luchar contra el cambio climático y contra su degradación.

EXPEDICIONÀRIA

Es un proyecto de sensibilización y educación ambiental sobre la importancia de preservar el mar y minimizar el impacto ambiental de las actividades humanas en el transporte y el hogar. Este programa, dirigido a estudiantes de Secundaria, consiste en una expedición científica por el mar (a bordo de uno de los barcos de Baleària) realizando avistamientos y en tierra a través de actividades medioambientales que se pueden realizar en Mallorca, Barcelona, los Pirineos, Formentera y València.

/ **637** escolares **(+36%)**

/ **13** centros (Mallorca, Menorca, Eivissa y València)

SEGUIMIENTO DE ESPECIES MARINAS

La Fundació Baleària colabora con la Conselleria de Medi Ambient de la Generalitat de Catalunya y el centro de educación ambiental BioEduca en proyectos de seguimiento de especies marinas realizados por profesionales a bordo de los barcos de Baleària, que incluyen la sensibilización de los pasajeros y tripulantes mediante folletos informativos y explicaciones sobre sostenibilidad y medio ambiente.

/ **23** viajes

/ **67** técnicos y voluntarios

DATOS AVISTAMIENTOS GENERALITAT DE CATALUNYA

/ **13** embarques

/ **1.229** millas navegadas

/ **17** observadores calificados

/ **574** avistamientos

El espacio donde Baleària lleva a cabo sus actividades –el mar– es hogar de miles de especies, tanto vegetales como animales. En el Mediterráneo existen 57 especies dentro del catálogo de especies protegidas de la UICN. En los trayectos por mar entre Baleares y Barcelona se transita por dos zonas declaradas IBA marine (Important Bird Areas, a nivel europeo).

ACTIVIDADES CON TERCEROS

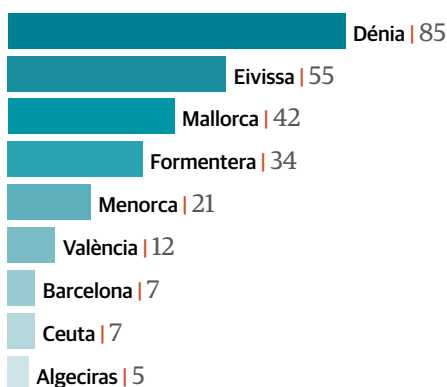
/ **268 actividades (+51,4%)**

Por programa



41% más de actividades en Baleària Cultural.

Por zona geográfica



En Eivissa aumenta un 58,2%

Por actividad



DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA FUNDACIÓ

La Fundació Baleària instauró en su embarcación solar *La Panseta* del puerto de Dénia un punto de difusión de sus proyectos mediante folletos y otro material impreso. Además instaló una urna para los usuarios puedan opinar sobre las actividades de la Fundació así como hacer aportaciones económicas a los proyectos, con el compromiso de Baleària de que, cada seis meses, escogerá uno de los proyectos y le destinará la recaudación de los usuarios más una aportación propia de idéntica cifra.

Por otra parte, las actividades de la Fundació se difundieron mediante newsletter, en redes sociales y con el envío de 47 notas de prensa. Además se editó un folleto para dar a conocer los principales programas.

Viaje para realizar avistamientos de un equipo de la Conselleria de Medi Ambient de la Generalitat catalana, en el *Martín i Soler*.



VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Baleària cuenta desde 2009 con un grupo de voluntariado corporativo formado por un centenar de personas de diferentes delegaciones de la compañía que participan de forma activa y altruista en la organización de actividades sociales, culturales y solidarias. En 2016 se crearon nuevos grupos de voluntariado en las delegaciones de València, Barcelona y Algeciras, de los que forman parte 30 personas.

/ **123 (83 mujeres y 40 hombres) (+24,4%)**

ACTIVIDADES DESTACADAS

Organización de conciertos solidarios para recaudar dinero o alimentos para proyectos solidarios como la Asociación Extiende tu Mano de Dénia o Cáritas Dénia.

Participación en jornadas deportivas solidarias como un torneo solidario de fútbol sala.

Participación en el programa Visió Sense Fronteres, que junto con APOSTEM, Puerto Solidario València, colabora con Centros de Acción Educativa Singular (CAES) de València para la revisión oftalmológica de niños.

Los cuatro voluntarios de Baleària que participaron en la Trailwalker.



OTRAS INICIATIVAS

CICLO SOBRE RSC

Baleària es una empresa comprometida con la responsabilidad social corporativa. Para difundir la importancia de la RSC, la Fundació Baleària puso en marcha un ciclo de jornadas sobre este tema con la participación de profesionales especialistas en ética empresarial. Las conferencias se realizaron en Dénia (en colaboración con la Fundación Étnor) y Eivissa (con la participación del Consell de Eivissa y la Petita i Mitjana Empresa d'Eivissa i Formentera).

DESPLAZAMIENTOS POR ASISTENCIA MÉDICA

Baleària firmó un convenio de colaboración con el Servicio de Salud del Govern Balear que establece tarifas especiales para aquellos usuarios residentes en las Balears que deban desplazarse para recibir asistencia médica. Además de poder viajar con vehículo o acomodados en camarote, también se estableció la opción de poder cambiar la fecha y hora del viaje sin coste adicional.

HURACÁN MATTHEW

Tras el paso del huracán Matthew, Baleària Caribbean colaboró con el gobierno de Las Bahamas con el transporte de técnicos que debían restituir los servicios en la isla. Además organizó una campaña de recogida de alimentos y productos de primera necesidad y estableció tarifas especiales para las familias afectadas.

LUCHA CONTRA EL CÁNCER INFANTIL

Baleària compró 2.500 muñecas 'Baby Pelones' de la Fundación Juegaterapia, que tiene como objetivo recaudar dinero para combatir el cáncer infantil. Este fue el regalo de Baleària para sus grupos de interés durante la Navidad, contribuyendo también a la difusión de las actividades de esta entidad.

Jornada 'Pensant la empresa', en Baleària Port, en el marco del ciclo sobre RSC.



PROVEEDORES

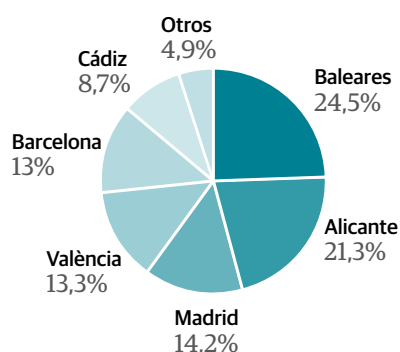
5.938
proveedores

84,9%
locales

[un punto más
que en 2015]

/ En el caso de los nuevos proveedores en 2016,
el **78,2%** fueron locales.

Proveedores locales por zona



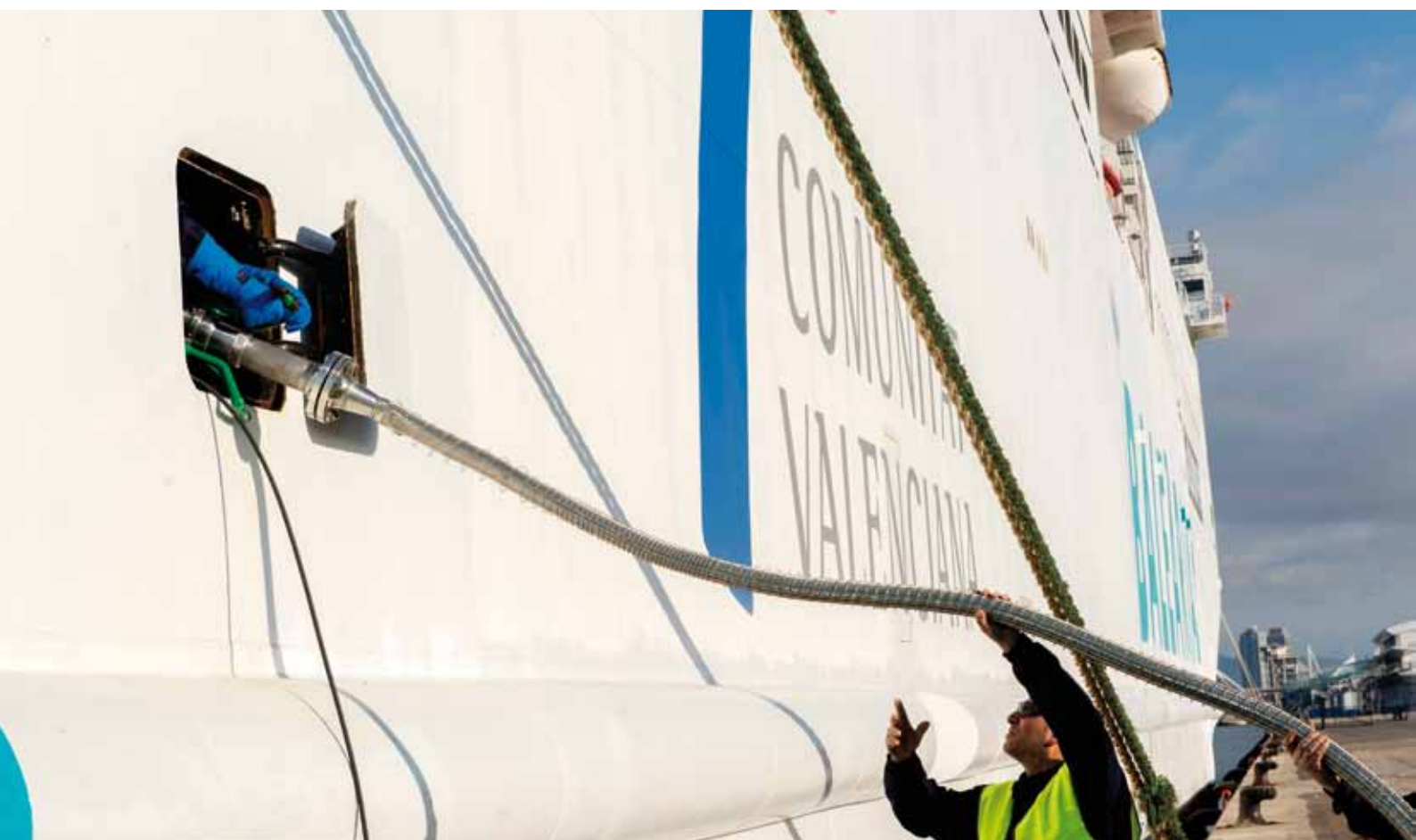
HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

Baleària evalúa a sus nuevos proveedores mediante un cuestionario que los puntúa según la aplicación de la normativa existente de la compañía y el cumplimiento del Código de Conducta y Ética Empresarial de Baleària. Además, se da la oportunidad a aquellos que no pasan el proceso de homologación de que solventen aquellos asuntos necesarios para ajustarse a los requerimientos.

Categoría A (máxima)	30,6%
Categoría B	37,8%
Categoría C	21,6%
No homologación	9,9%

El **68,4%** de los proveedores fueron calificados con las categorías A y B (el doble que en 2015).

El porcentaje de proveedores de la máxima categoría casi se **triplicó** mientras que el de proveedores no homologados disminuyó a la mitad.



CADENA DE SUMINISTRO

Baleària adquiere principalmente dos tipos de productos (material técnico para los buques y pequeño material de consumo), que se compran a los proveedores y se entregan a uno de los tres almacenes de Baleària (en Dénia, Algeciras y Fort Lauderdale-EEUU), desde los que se envía a los distintos buques y delegaciones.

ADQUISICIÓN DE COMBUSTIBLES

Los jefes de Máquinas realizan una estimación semanal del combustible necesario, revisada y autorizada por el director de Operaciones Portuarias. Se elige la empresa proveedora según las ofertas de precio semanales de las diferentes compañías para aquellos buques más grandes que consumen IFO. No obstante, para los barcos más pequeños y los *fast ferries*, que utilizan gasoil, se acordó con un proveedor un precio fijo mensual.

ADQUISICIÓN DE MATERIALES Y EQUIPOS Y CONTRATACIÓN DE OBRAS Y SERVICIOS

Los pedidos con importe de hasta 1.000€ deben ser autorizados por los inspectores o responsables de área, mientras que los pedidos que superen esta cifra, además, tienen que ser aprobados por la Comisión de Compras de la compañía, que se reúne semanalmente. Una vez autorizada la compra, se solicita presupuesto a varios proveedores y se escoge al que mejor se adapte a los criterios exigidos.

En 2016, la Comisión de Compras sustituyó el uso del papel en las propuestas de compra, que se pasaron a visualizar de forma digital y a aprobar *online*, lo que facilita las gestiones y un ahorro del papel.

ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS Y MATERIALES PARA LOS BARES Y TIENDAS A BORDO

Los pedidos se realizan por parte de cada buque, con autorización previa del director de hotel, mediante una plataforma interna donde existe un catálogo con todos los productos existentes a bordo. Estas compras se realizan semanalmente.

Los tres procesos presentan sus propias características específicas en las diferentes fases en las que se desarrollan: registro y calificación de proveedores, adjudicación de contratos o pedidos y seguimiento de las condiciones contractuales y control de calidad.

MEJORAS

En 2016 se puso en marcha un nuevo formulario de pedido que incorpora información más detallada para facilitar las gestiones. También se modificó el proceso de solicitud de presupuestos a los proveedores para hacerlo más ágil.

Por otra parte, Baleària puso en marcha una aplicación informática *online* que permite comprobar si los proveedores y empresas subcontratadas cumplen los requisitos legales en materia de prevención de riesgos laborales. Este sistema garantiza que los contratistas que acceden a las instalaciones de la compañía (ya sean buques o delegaciones) cumplen todos los requisitos para realizar un trabajo.

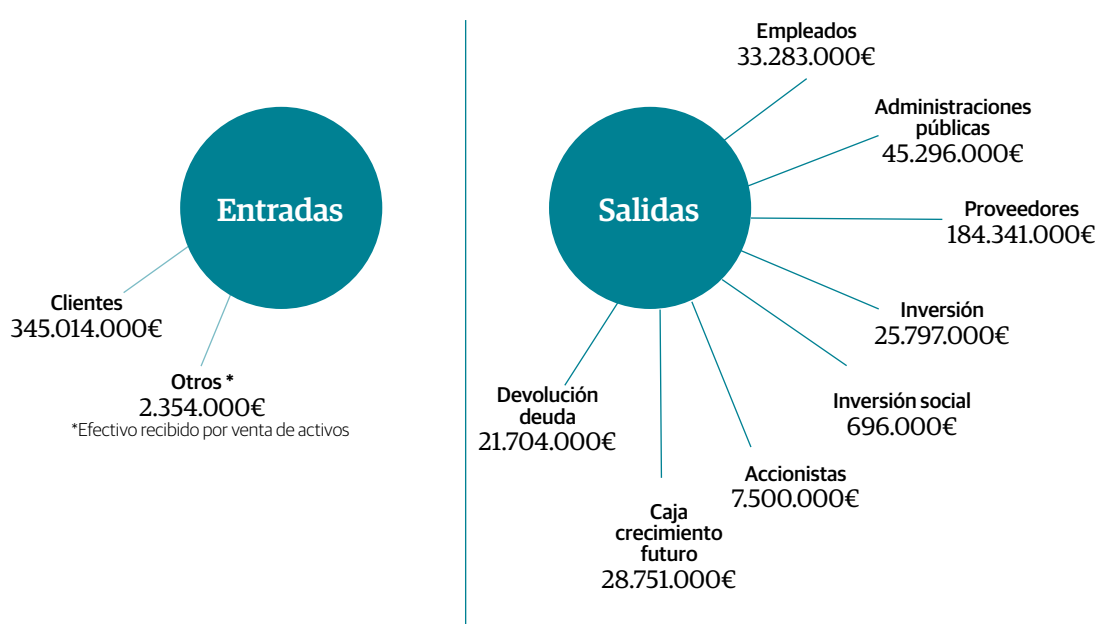


CASH FLOW SOCIAL

347.368.000€

Cash Flow Social en España

En Baleària entendemos como Cash Flow Social el retorno que hace la compañía a sus grupos de interés a través de los recursos generados por la actividad empresarial, siendo la suma de los ocho elementos indicados en el gráfico de salidas.



/ *Baleària contribuye de manera significativa al desarrollo económico y social de las comunidades donde opera, gracias, principalmente, a la apertura de nuevas rutas, tanto nacionales como internacionales. Superando los obstáculos existentes en los territorios donde Baleària desarrolla su actividad, la compañía ha incrementado su volumen de negocio. Estos ingresos han permitido transferir a sus grupos de interés públicos y privados un total de 347 millones de euros.*

RESULTADOS GRUPO BALEÀRIA

329.950.168	78.802.644	39.169.545
Total ingresos explotación	EBITDA	Beneficio neto
[+13,22%]	[+17,13%]	[+37,74%]

PRINCIPALES CIFRAS

La mayoría de partidas no sufrieron cambios significativos. La partida 'Prestaciones de servicios' registró un incremento debido a la incorporación de nuevas líneas y buques, al incremento de millas y pasajeros trasladados, así como al incremento de la productividad en cuanto a buques subcontratados y comprados.

En cuanto al valor económico distribuido, los incrementos en las diferentes partidas se debieron a un aumento de la plantilla y de costes variables para la obtención de mayor capacidad de producción.

	2015	2016	2015	2016
VALOR ECONÓMICO GENERADO	277.017.000,00	329.950.168,18	100,00	100,00
Prestación de servicios	260.709.000,00	325.925.903,37	94,11%	98,78%
Otros ingresos	16.308.000,00	4.024.264,81	5,89%	1,22%
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	209.207.864,92	259.356.695,82	75,52%	78,60%
Proveedores	164.768.000,00	204.529.111,89	59,48%	61,99%
Gastos de personal	32.499.000,00	44.232.151,05	11,73%	13,41%
Gastos financieros	7.586.000,00	6.094.167,63	2,74%	1,85%
Gastos medioambientales	801.152,00	923.075,79	0,29%	0,28%
Inversión en innovación	2.975.345,00	2.882.500,00	1,07%	0,87%
Inversión en acción social	578.367,92	695.689,45	0,21%	0,21%
Inversión en formación	338.895,56	308.306,79	0,12%	0,09%

En la parte de gastos destacan los incrementos producidos en el apartado de proveedores (2,51%) por la incorporación de un nuevo buque y en los gastos de personal (1,68%), debido principalmente a las nuevas líneas y buques, que implicaron un aumento de la plantilla operativa.

PRINCIPALES INVERSIONES

REMOTORIZACIÓN DEL AVEMAR DOS

Se cambiaron los cuatro motores principales del buque para mejorar el sistema de propulsión y alcanzar mayor velocidad, así como reducir el consumo de combustible y las emisiones. También se actualizaron los sistemas de navegación y de seguridad a bordo, y se reformaron los espacios interiores del buque para dotarlos de mayor comodidad y una imagen más moderna.

/ *Inversión: 7 millones de euros.*

BALEÀRIA PORT

En 2016 se ampliaron las instalaciones de la estación marítima Baleària Port en Dénia, sede de la compañía, para ubicar el Call Center, el departamento de Sistemas Informáticos y el almacén.

/ *Inversión: 1,2 millones de euros.*

BUQUE DÉNIA CIUTAT CREATIVA

Se adquirió y reformó completamente el interior del buque Dénia Ciutat Creativa, con capacidad para 399 personas y 1.850 metros lineales.

/ *Inversión: 11,4 millones de euros.*



ACERCA DE ESTE INFORME

Esta memoria se ha elaborado siguiendo los principios establecidos en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad (G4) del Global Reporting Initiative, en un nivel B autodeclarado. El informe anual refleja el desempeño económico social en el ejercicio fiscal 2016 (que se extiende del 1 de noviembre de 2015 al 31 de octubre de 2016). El resto de los datos, excepto los referentes a la plantilla, se refieren al año natural.

El presidente de Baleària, Adolfo Utor, presentó la memoria del año 2015 en un acto público celebrado en València en junio de 2016, al que se convocó a representantes de los grupos de interés de la compañía. La difusión de la memoria se realizó a través de la edición en papel y digital de la misma en cuatro idiomas (castellano, catalán, inglés y francés) y de un vídeo con los datos principales.

ASPECTOS MATERIALES

Baleària mantiene su compromiso de transparencia a través del informe de su desempeño en 2016, siguiendo los estándares del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4. Para ello, se ha realizado un ejercicio de consulta, análisis e identificación de los temas relevantes para la sostenibilidad del negocio; a partir de ahí la compañía ha identificado los aspectos materiales a reportar, integrando las prioridades de la compañía y las de sus grupos de interés.

PROCESO DE IDENTIFICACIÓN

El proceso de identificación de los asuntos más relevantes se hizo a través del análisis de materialidad, estudio de relevancia que permite conocer la opinión de sus principales stakeholders. Baleària pregunta y consulta a empleados, clientes, accionistas, y a la sociedad en general sobre los aspectos que más les preocupan, tanto económicos, como sociales y ambientales.

El estudio, basado en un análisis cuantitativo y cualitativo, permite a Baleària construir una matriz de temas relevantes y evaluar el grado de importancia de los diferentes temas identificados para incorporar, en su caso, estos asuntos relevantes en la estrategia de sostenibilidad. Todos los aspectos relevantes identificados, tanto a través del diálogo con los grupos de interés como del estudio de materialidad realizado, son prioritarios para Baleària.

Durante 2016 no mantuvieron los encuentros habituales con los empleados, pero se establecieron otras vías por las que se han identificando así las expectativas de los mismos en relación a la compañía. Se analizaron los resultados de las mismas con el fin de dar una solución a las expectativas y necesidades reflejadas. Este sistema se encuentra actualmente en periodo de prueba piloto en aras de estudiar el alcance de los resultados y hacerlo extensible al resto de delegaciones.

TEMA	ALCANCE		INDICADOR
	Interno	Externo	
Ética y transparencia	●	●	G4-S6 a G4-S8, G4-SO3 a G4-SO5, G4-SO8
Fortaleza y solidez financiera	●	●	G4-EC1, G4-EC4 a G4-EC7
Entorno regulatorio y normativo	●	●	G4-EN29, G4-EN34, G4-SO8, G4-PR9
Innovación empresarial	●	●	Aspecto específico, sin indicador
Eficiencia energética	●	●	G4-EN3
Evaluación de proveedores	●	●	G4-EN33, G4-SO9
Intermodalidad	●	●	Aspecto específico, sin indicador
Calidad de productos y servicios	●	●	G4-4, G4-PR1, G4-PR3
Seguridad de buques y estaciones	●	●	Aspecto específico, sin indicador
Estabilidad y calidad de empleo	●	●	G4-LA1 a G4-LA8, G4-LA12 a G4-LA16
Gestión de talento	●	●	G4-LA9 a G4-LA11
Conciliación familiar	●	●	Aspecto específico, sin indicador
Accesibilidad y acceso de clientes con discapacidad	●	●	Aspecto específico, sin indicador
Compromiso con la sociedad	●	●	G4-SO1
Diálogo con grupos de interés	●	●	G4-24 a G4-27, G4-SO11
Prevención contaminación marina, biodiversidad, cambio climático	●	●	G4-EN11, G4-EN14, G4-EN15, G4-EN22

INDICADORES DE LA GUÍA G4 DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) Y OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

I. CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Estrategia y análisis

- G4-1 Declaración del máximo responsable | Pág. 4
- G4-2 Principales impactos, riesgos y oportunidades | Pág. 60

Perfil de la organización

- G4-3 Nombre de la organización | *Baleària*
- G4-4 Principales marcas, productos y/o servicios | Pág. 10
- G4-5 Localización de la sede principal de la organización | *Dénia (Alicante)*
- G4-6 Países en los que opera y desarrolla actividades significativas | Pág. 11
- G4-7 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica | *Baleària Eurolíneas Marítimas S.A.*
- G4-8 Mercados servidos | Pág. 10
- G4-9 Dimensiones de la organización informante | Pág. 11, 82
- G4-10 Plantilla de empleados | Pág. 32 | **ODS 8**
- G4-11 Empleados cubiertos por convenios colectivos | *100% En Flota hay un comité compuesto por 5 delegados de UGT, 4 delegados del SAME y 4 de CCOO y en los centros de Tierra que disponen de representación unitaria de los trabajadores, todos corresponden al sindicato UGT.*
- G4-12 Descripción de la cadena de suministro | Pág. 79
- G4-13 Cambios significativos durante el periodo cubierto por el informe | Pág. 16
- G4-14 Principio de precaución | Pág. 44, 57, 60, 63, 65
- G4-15 Principios o iniciativas externas que la organización suscribe o adopta | Pág. 26
- G4-16 Principales asociaciones a las que se pertenece | Pág. 26

Aspectos materiales y cobertura

- G4-17 Entidades incluidas en la consolidación financiera y el perímetro del presente informe | *Las entidades que figuran en los estados financieros de la organización pueden consultarse en la Nota 9 de la memoria de las cuentas anuales consolidadas de Baleària Eurolíneas Marítimas S.A y sociedades dependientes.*
- G4-18 Definición del contenido y alcance del informe y de la aplicación de los principios del GRI | Pág. 84
- G4-19 Aspectos materiales identificados | Pág. 84
- G4-20 Cobertura dentro de la organización | Pág. 84
- G4-21 Cobertura fuera de la organización | Pág. 84
- G4-22 Reformulación de información facilitada en informes anteriores | *Existía una errata en la Memoria RSC y Sostenibilidad 2015. En la página 43, el apartado "Consumo de combustible bajo en carbono", debería ser: "Consumo de combustible bajo en azufre". También se ha corregido unas tablas en el IEB, ya que se ha cambiado el criterio para que quede más claro. Se compara IEB de ferries (incluyendo convencionales y de última generación) con el de fast ferries. El número de contratos fijos de 2015 no era 439 sino 514.*
- G4-23 Cambios significativos en la cobertura o alcance del informe | *No se han producido*

Participación de los Grupos de Interés

- G4-24 Grupos de interés vinculados con la organización | Pág. 15
- G4-25 Base para la selección de los grupos de interés | Pág. 15
- G4-26 Enfoques adoptados para la relación con los grupos de interés | Pág. 15
- G4-27 Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés | Pág. 15

Perfil de la memoria

- G4-28 Periodo cubierto por el informe | Pág. 84
- G4-29 Fecha del informe anterior | 2015
- G4-30 Ciclo de presentación del informe | *Anual*
- G4-31 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido | *fundacio@fundacio.balearia.org*
- G4-32 Índice GRI en relación a la opción "de conformidad" elegida | Pág. 85
- G4-33 Verificación externa del informe | *No se realiza*

Gobierno

- G4-34 Estructura de gobierno de la organización, incluidos los comités del órgano superior de gobierno. Comités responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales | Pág. 12
- G4-35 Proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social | Pág. 12

G4-36	Indicar si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno Pág. 13
G4-37	Procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno y sus comités. <i>No se realiza</i>
G4-38	Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités Pág. 12 ODS 5
G4-39	Indicar si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición Pág. 13
G4-47	Frecuencia con la que el órgano superior de gobierno analiza los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social <i>Mensualmente</i>
G4-48	Indique cual es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y asegura que todos los aspectos materiales queden reflejados <i>Comisión ejecutiva / Área RSC y Reputación</i>
G4-49	Describe el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno Pág. 12

Ética e integridad

G4-56	Valores, principios, estándares y normas de comportamiento tales como códigos de conducta y códigos éticos Pág. 14
G4-57	Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita Pág. 15
G4-58	Procedimientos internos y externos de denuncia de conductas contrarias a la ética, a la legalidad, o que afecten a la integridad de la organización Pág. 15

II. CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

ECONOMÍA

Desempeño económico

EC1	Valor económico directo generado y distribuido Pág. 83 ODS 5 , ODS 9
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático Pág. 69
EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno 109.542,99€

Presencia en el mercado

EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas Pág. 40 ODS 5 , ODS 8
EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas 60%. *Se entiende por alto directivo todo aquel que tiene responsabilidades de dirección y forma parte de los comités de alta dirección de la empresa **Las operaciones significativas son aquellas que se llevan a cabo en cada una de las delegaciones de Baleària. ODS 8

Impactos económicos indirectos

EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios Pág. 84 ODS 5 , ODS 9 , ODS 11
-----	--

Prácticas de aprovisionamiento

EC9	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales. Pág. 78, 83
-----	---

MEDIO AMBIENTE

Materiales

EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen <i>Baleària no emplea materiales para el embalaje de productos</i> ODS 8 , ODS 12
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados <i>Baleària no emplea materiales para el embalaje de productos</i> ODS 8 , ODS 12

Energía

EN3	Consumo energético interno Pág. 63 ODS 8 , ODS 12
EN4	Consumo energético externo Pág. 63 ODS 8 , ODS 12
EN5	Intensidad energética Pág. 63 ODS 8 , ODS 12
EN6	Reducción del consumo energético Pág. 63 ODS 8 , ODS 12
EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios. Pág. 63

Agua

EN8	Captación total de agua por fuentes. <i>No aplica</i> ODS 6
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua. <i>No aplica (el agua procede de redes de agua locales).</i> ODS 6
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada. <i>No aplica (no se recicla agua).</i> ODS 6 , ODS 8 , ODS 12

Biodiversidad

EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad. <i>No aplica (La empresa no dispone de instalaciones operativas en áreas protegidas ni áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad).</i> ODS 6 , ODS 14
EN12	Impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de diversidad biológica no protegidas que se derivan de las actividades, los productos y los servicios. <i>No aplica. La empresa no desarrolla actividades en áreas protegidas ni áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.</i> ODS 6 , ODS 14
EN13	Hábitats protegidos o restaurados. <i>No aplica.</i> ODS 6 , ODS 14
EN14	Número de especies incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie Pág. 74 ODS 6 , ODS 14

Emisiones	
EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1) Pág. 63 ODS 12, ODS 14
EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2) Pág. 63 ODS 12, ODS 14
EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero Pág. 63 ODS 14
EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero Pág. 63 ODS 14
Efluentes y residuos	
EN22	Vertimiento total de aguas, según su naturaleza y destino Pág. 63 ODS 6, ODS 12, ODS 14
EN23	Peso total de los residuos según tipo y método de tratamiento Pág. 63 ODS 6, ODS 12, ODS 14
EN24	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos No hubo. ODS 6, ODS 12, ODS 14
Productos y servicios	
EN27	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios Pág. 60 ODS 6, ODS 8, ODS 12, ODS 14
Cumplimiento regulatorio	
EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental No se han recibido multas significativas.
Transporte de personas y productos	
EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal Pág. 60 ODS 11, ODS 12.
Gastos e inversiones	
EN31	Desglose de los gastos e inversiones para la protección del medio ambiente Pág. 83 ODS 12, ODS 13, ODS 14
Evaluación ambiental en proveedores	
EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales 100%
EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto No se han identificado
Mecanismos de reclamación ambiental	
EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación 2 reclamaciones
— DESEMPEÑO SOCIAL	
Empleo	
LA1	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región Pág. 40 ODS 5, ODS 8
LA2	Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada Pág. 38 ODS 8
LA3	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad Pág. 38 ODS 5, ODS 8
Relaciones entre los trabajadores y la dirección	
LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de éstos en los convenios colectivos 1 mes
Seguridad y salud laboral	
LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral 100%
LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo No se han identificado enfermedades profesionales ni víctimas mortales relacionadas con el trabajo. (Pág. 22)
LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad No se ha identificado ninguno
LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos Todos los asuntos, incluidos los de salud y seguridad, se rigen por los convenios de oficinas y despachos, o en su defecto por el Estatuto de los Trabajadores. Además, en Flota existe un comité de seguridad y salud, que se reúne periódicamente y se rige por un acuerdo empresa-sindicato. Los barcos que no pertenecen a la organización se rigen por el convenio de marinería mercante.
Formación y educación	
LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado Pág. 34 ODS 5, ODS 8
LA10	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales Pág. 34 ODS 5, ODS 8
LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional Pág. ODS 5, ODS 8
Diversidad e igualdad de oportunidades	
LA12	Composición de los órganos de gobierno Pág. 33 ODS 5, ODS 8
LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres Pág. 40 ODS 5, ODS 8, ODS 10
Evaluación de proveedores en prácticas laborales	
LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales 100% ODS 5
LA15	Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto No se han identificado ODS 5

Procedimiento de reclamación sobre prácticas laborales

LA16 Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. *No constan reclamaciones en este sentido.*

DERECHOS HUMANOS

Inversiones

HR1 Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. *No aplica*

HR2 Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades. *Pág. 34*

No discriminación

HR3 Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas. *No se han identificado* *ODS 5*

Libertad de asociación y negociación colectiva

HR4 Identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos. *La compañía apoya el derecho a la libertad de asociación y el reconocimiento del derecho a la negociación colectiva. No se han identificado centros ni proveedores en este sentido.*

Trabajo infantil

HR5 Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil. *No aplica*

Trabajo forzoso

HR6 Centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso. *No aplica*

Prácticas de seguridad

HR7 Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o los procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones. *Pág. 34*

Derechos de la población indígena

HR8 Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas. *No aplica*

Evaluación de impacto en derechos humanos

HR9 Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos. *No se han realizado.*

Evaluación de derechos humanos en proveedores

HR10 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos. *100%*

HR11 Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas. *No se han detectado*

Procedimientos de reclamación en materia de derechos humanos

HR12 Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. *No se han identificado*

SOCIEDAD

Comunidades locales

SO1 Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local. *Pág. 72*

SO2 Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales. *No se han detectado*

Lucha contra la corrupción

SO3 Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados. *Se evaluaron 17 centros (40%). No se han identificado riesgos en este sentido.*

SO4 Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción. *Pág. 15, 35*

SO5 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas. *No hubo ninguna demanda judicial por corrupción contra la compañía.*

Política pública

SO6 Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario. *La organización no ha realizado contribuciones de este tipo.*

Prácticas de competencia desleal

SO7 Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados. *Un procedimiento incoado por la Generalitat Valenciana que se resolvió archivándose.*

Cumplimiento regulatorio

SO8 Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa. *95.527€.*

Evaluación de la repercusión social de proveedores

SO9 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social. *0%*

SO10 Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas. *No se han detectado*

Mecanismos de reclamación por impacto social

SO11	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación <i>No se han identificado</i>
------	--

— RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

Salud y seguridad de los clientes

PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras <i>Cumplimiento de la normativa SOLAS (Safety of Life at Sea).</i>
PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa 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 <i>No se han producido</i>

Etiquetado de los productos y servicios

PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos <i>Todos los buques de Baleària disponen de instrucciones de seguridad a bordo. Asimismo, también se dan indicaciones de seguridad de algunos productos de venta a bordo, si éstos lo requieren, y se indica la eliminación de aquellos que puedan tener un impacto ambiental o social</i>
PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios <i>No se han incumplido</i>
PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes. <i>Pág. 48</i>

Comunicaciones de marketing

PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio <i>En cumplimiento de la normativa nacional existente, Baleària no vende tabaco ni alcohol a partir de una cierta graduación a bordo de los buques que navegan en aguas nacionales. En las líneas internacionales, si está permitida la venta de estos productos</i>
PR7	Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio <i>La organización no ha tenido incidentes en este sentido.</i>

Privacidad de los clientes

PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes <i>No se han identificado reclamaciones en este sentido.</i>
-----	---

Cumplimiento regulatorio

PR9	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios <i>No se recibieron multas en este sentido.</i>
-----	---

— SECTORIALES: TRANSPORTE POR AGUA. PUERTOS Y SERVICIOS

Trabajadores migrantes: reclutamiento y empleo | *Pág.40*

Ruido: impacto en las comunidades locales. | *Una reclamación no significativa por ruidos durante la parada del buque Bahama Mama en el puerto de Dénia.*

— INDICADORES PROPIOS

Billetes bonificados empleados | *Pág. 39*

Beneficios empleados. Club del empleado | *Pág. 38*

Número de beneficiarios y cantidad total del Fondo social de Flota | *Pág. 38*

Mejoras en tierra, flota y servicios a bordo | *Pág. 44*

IEB | *Pág. 62*

Proyectos innovación | *Pág. 66*

Ideas propuestas y participación Balidea | *Pág. 67*

Actividades y programas Fundació Baleària | *Pág. 72*

Voluntariado corporativo: número y actividades realizadas | *Pág. 76*

Resultados evaluación proveedores(homologación) | *Pág. 78*

Datos web Baleària: compras, procedencia y dispositivos de acceso | *Pág. 52*

Redes sociales: usuarios y publicaciones | *Pág. 54*

Otros medios | *Pág. 55*

