



## INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA



HOTELES



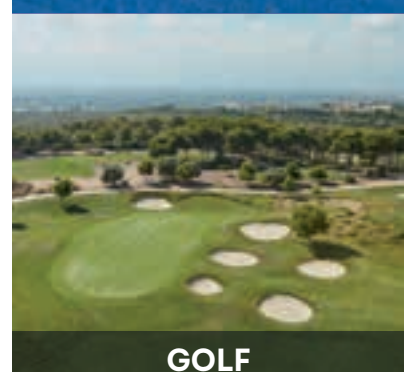
PARQUE TEMÁTICO



PARQUE ACUÁTICO



BEACH CLUB



GOLF



CONVENTION CENTRE





41





INFORME  
DE RESPONSABILIDAD  
CORPORATIVA 2016  
DEL GRUPO PORTAVENTURA





# ÍNDICE

4

Acerca del informe

6

Presentación

10

Destacados 2016

14

PortAventura World  
Parks & Resort, un  
mundo de experiencias  
únicas

26

La responsabilidad  
corporativa, el  
motor del desarrollo  
sostenible

38

Compromisos  
sociales

82

Compromisos  
ambientales

100

Compromisos  
económicos

115

Índice de contenidos  
de GRI- G4

138

Tabla de contenidos  
del Pacto Mundial





## ACERCA DEL INFORME

### Alcance y cobertura

El *Informe de responsabilidad corporativa* de PortAventura World, que viene realizándose de forma anual desde el año 2008, presenta los resultados del desempeño de la organización en materia económica, ambiental, social y de buen gobierno. Esta edición del informe abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016.

Este informe cubre las actividades de PAESA Entertainment Holding, SLU, la sociedad dominante cabecera del Grupo PortAventura, formado por las siguientes sociedades dependientes: Port Aventura Entertainment, SAU (explotación de parques temáticos, complejos hoteleros y centros de convenciones, así como de servicios anexos y complementarios de unos y otros), Port Aventura Viajes, SAU (agencia de viajes) y Hotel Caribe Resort, SL (explotación hotelera), además de la Fundación PortAventura, que es una entidad independiente. La información incluida en el presente informe cubre el 100 % de la cifra de negocio del año 2016.

### Estándares de referencia

El informe ha sido elaborado según los siguientes estándares de referencia en la materia: *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*, versión G4, de la Global Reporting Initiative (GRI), así como documentación complementaria vinculada (especificaciones sectoriales para hoteles, restaurantes, ocio y servicios turísticos de la publicación *Sustainability Topics for Sectors: What Do Stakeholders Want to Know?*), los principios del Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Para el análisis de materialidad, se ha seguido el estándar de relación con los grupos de interés AA1000SES (2015), promovido por Accountability.

La coordinación de este informe se lleva a cabo desde el Área de Responsabilidad Corporativa, con la participación directa de responsables de diferentes áreas de gestión, que aportan la información necesaria para elaborarlo.

### Verificación externa

La entidad auditora seleccionada para llevar a cabo la revisión externa de la información contenida en el informe de acuerdo con la *Guía* versión G4 de GRI ha sido TÜV Rheinland. Se puede ver el *Informe de responsabilidad corporativa* y el certificado emitido en el siguiente enlace:

<http://www.portaventuraworld.com/nuestro-compromiso>

Para cualquier cuestión relacionada con el contenido de este informe, puede contactar llamando al número de teléfono 977 779 000.

**Choni Fernández,**  
Directora de Servicios Centrales







# PRESENTACIÓN



# Carta del presidente del Comité Ejecutivo

Un año más presentamos el *Informe de responsabilidad corporativa* de PortAventura World para dar cuenta de nuestro desempeño ambiental, social, económico y de gobernanza corporativa siguiendo el estándar de referencia internacional de rendición de cuentas en sostenibilidad de la Global Reporting Initiative (GRI). Continuamos asumiendo el compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas para implementar en nuestra compañía los diez principios que recoge esta iniciativa internacional.

Nuestro compromiso de ser la mejor destinación europea con una oferta de experiencias únicas en el Resort está totalmente vinculado a los compromisos sociales, ambientales y económicos que hemos adquirido, los cuales contribuyen a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Como prueba de este compromiso, somos una de las primeras empresas en firmar el Código Ético Mundial para el Turismo de la Organización Mundial del Turismo. Seguimos velando por el trabajo bien hecho, por el medio ambiente, por los empleados y, por supuesto, por los clientes, pero también buscamos un retorno para la sociedad a través de la Fundación PortAventura, mediante la cual ampliamos nuestro compromiso con la implicación de toda la cadena de suministro, con el objetivo de cerrar todo el ciclo creando valor e impacto positivos.

Internamente, hemos creado el Comité de Responsabilidad Corporativa, que es el órgano transversal que lidera la estrategia de responsabilidad corporativa de PortAventura World, vela por el cumplimiento de los objetivos fijados, coordina la rendición de cuentas no financiera y promueve nuevos retos para seguir avanzando en la sostenibilidad, con la implicación ineludible de todas y cada una de las personas que constituimos el equipo de PortAventura World.

A corto, medio y largo plazo, nuestros principales objetivos en responsabilidad corporativa, alineados con los principios del Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, se materializan en el desarrollo de proyectos para digitalizar el Resort y me-

jorar así la experiencia del visitante, la implantación de la norma ISO 22000 de seguridad alimentaria, la incorporación de buenas prácticas ambientales en las instalaciones y los servicios (por ejemplo, las acciones para la reducción del despilfarro alimentario), la promoción de hábitos saludables entre los empleados a través del programa «PortAventura e-Saludable», el aumento del impacto social de nuestra Fundación con nuevos patrocinadores y más participantes a los eventos propios de captación de fondos, la evaluación de todos los proveedores siguiendo criterios sociales y ambientales, y la minimización de nuestro impacto ambiental derivado de la generación de residuos y del consumo de energía y agua.

A lo largo del año, hemos continuado la construcción y el lanzamiento comercial del nuevo parque temático Ferrari Land, que avanza a buen ritmo para su inauguración en abril de 2017. Ferrari Land completará la oferta actual de PortAventura Park y Caribe Aquatic Park, con lo cual PortAventura World se convertirá en el único resort europeo con tres parques. Con una superficie de 70.000 metros cuadrados, lleva la esencia de Ferrari en lo físico, y también en la temática y el espíritu. El nuevo parque está diseñado para conseguir la inmersión en la historia de la marca con atracciones para toda la familia, desde la montaña rusa más alta y rápida de Europa hasta un circuito para el disfrute de los niños.

Hemos querido traducir la singularidad de PortAventura World en un mundo de experiencias únicas, con una proyección internacional que crece año tras año, y que crecerá más aún con el nuevo Ferrari Land, gracias a la nueva marca PortAventura World Parks & Resort. Esta nueva denominación quiere reflejar la envergadura que el complejo vacacional tiene hoy.

Seguimos trabajando para ofrecer los mejores espectáculos, entre los cuales destaca *Revolution*, el nuevo espectáculo musical acrobático del Gran Teatro Imperial. En 2017, volverá Cirque du Soleil con un nuevo espectáculo, *Varekai*, *Tales of the Forest*, con lo cual será el primer y único resort vacacional de Europa que acoge espectáculos de la compañía canadiense.



**PortAventura World es hoy un resort con una gran trayectoria y, con la apertura de Ferrari Land, reforzará su posición como destino vacacional de referencia mundial**

Creada en 2011, la Fundación PortAventura tiene por objetivo mejorar la calidad de vida al mayor número posible de niños y jóvenes con enfermedades, con capacidades especiales y en riesgo de exclusión social, los cuales son los ejes de su actividad. Uno de los proyectos más significativos de la Fundación PortAventura es la construcción de la nueva UCI pediátrica del Hospital Sant Joan de Déu. En el marco de este proyecto, en 2016 inauguramos el parque infantil con las áreas temáticas de PortAventura World.

PortAventura World es hoy un resort con una gran trayectoria y, con la apertura de Ferrari Land, reforzará su posición como destino vacacional de referencia mundial. Nuestra vocación es a largo plazo y nuestra ambición es seguir a paso firme nuestro camino hacia la excelencia y avanzar

siguiendo nuestro compromiso con la sostenibilidad, con el objetivo de crear valor desde el presente para el futuro.



**Sergio Feder**  
Presidente del Comité Ejecutivo



## DESTACADOS 2016





PARKS & RESORT

Avanza a buen ritmo la construcción del nuevo parque temático Ferrari Land

PortAventura World Parks & Resort es la nueva marca global del resort

Revolution es el nuevo espectáculo musical acrobático del Gran Teatro Imperial

Creación del Comité de Responsabilidad Corporativa

PortAventura World es una de las primeras empresas en firmar el Código Ético Mundial para el Turismo de la Organización Mundial del Turismo

GRUPO PORTAVENTURA WORLD



3,9

Millones de visitas al Resort (PortAventura Park y Caribe Aquatic Park)



979

Miles de pernотaciones en hoteles



72.461

Participantes en el Centro de Convenciones



226

Eventos en el Centro de Convenciones

ECONOMÍA



203

Millones de euros de facturación equivalente



91

Millones de euros EBITDA

CLIENTES



4,2

Valoración global del día en PortAventura Park (puntuación sobre 5)



4,1

Valoración global del día en Caribe Aquatic Park (puntuación sobre 5)



33 %

Visitas internacionales a PortAventura World



686

Miles de seguidores en las redes sociales

EQUIPO HUMANO



2.693

Plantilla en agosto (personal propio)



1.758

Plantilla media anual (personal propio)



917

Plantilla media anual (personal externo que accede a las instalaciones del Resort)



75 %

Plantilla con contrato fijo



67 %

Mujeres en plantilla

PROVEEDORES



1.076

Proveedores



79 %

Proveedores nacionales

FUNDACIÓN PORTAVENTURA



1,4 €

Millones de euros destinados a actividades de la Fundación

MEDIO AMBIENTE



0,72 t

Residuos generados por cada 1.000 visitas-pernотaciones



9,05 MWh

Energía consumida (electricidad y gas natural) por cada 1.000 visitas-pernотaciones



70,82 m³

Consumo de agua para el consumo humano por cada 1.000 visitas en PortAventura Park y Caribe Aquatic Park



1,13 t CO<sub>2</sub> eq.

Emisiones de gases de efecto invernadero por cada 1.000 visitas



3,17 t CO<sub>2</sub> eq

Emisiones de gases de efecto invernadero por plantilla media





**PORTAVENTURA WORLD  
PARKS & RESORT, UN MUNDO  
DE EXPERIENCIAS ÚNICAS**



# Destino vacacional internacional

Este año, el Resort ha lanzado una nueva marca global: PortAventura World Parks & Resort, que nace con el objetivo de reflejar de manera más adecuada la realidad actual de la compañía: un resort con una amplia variedad de experiencias, un destino integral de vacaciones con un claro perfil internacional.

Con veintiún años de historia y una ubicación privilegiada entre Salou y Vila-seca (Tarragona), el Resort cuenta con un parque temático y un parque acuático líderes en

Europa con una oferta de atracciones de referencia mundial. En 2017, se incorporará un tercer parque temático dedicado a la prestigiosa firma italiana Ferrari. Además, dispone de cinco hoteles temáticos (PortAventura Hotels), cuatro de 4 estrellas y uno de 5 estrellas, con un total de 2.078 habitaciones, y un centro de convenciones (PortAventura Convention Centre) con capacidad para 4.000 personas. Su oferta comercial se completa con tres campos de golf, dos de ellos diseñados por Greg Norman, y un *beach club* con acceso directo a la playa.



PortAventura Park	Caribe Aquatic Park	PortAventura Hotels	PortAventura Convention Centre	Ferrari Land (2017)
Sigue creciendo el número de visitas, que ya suma cerca de 4 millones anuales		Récord de pernoctaciones en 2016	226 eventos celebrados	



+17,3 %

Visitas a Caribe Aquatic Park



+1,5 %

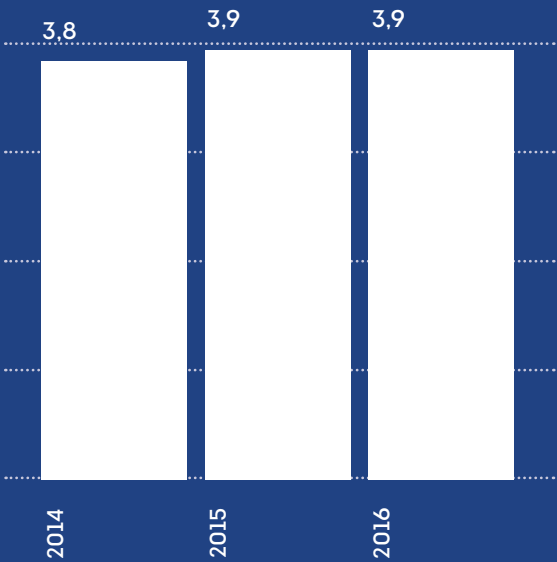
Pernoctaciones en hoteles



+22,8 %

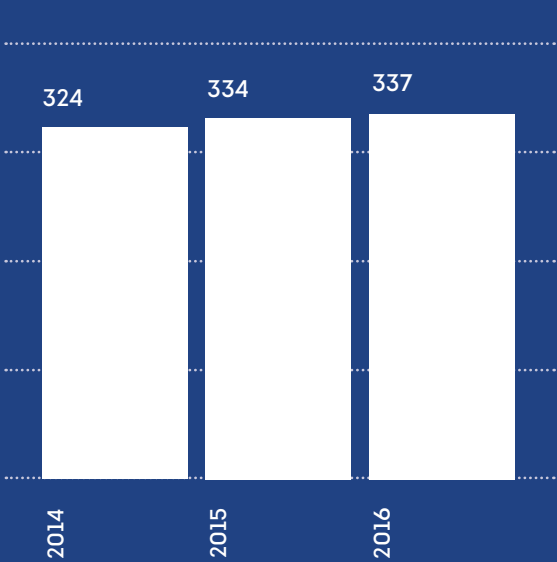
Eventos celebrados en PortAventura Convention Centre

MILLONES DE VISITAS A LOS PARQUES <sup>1</sup>



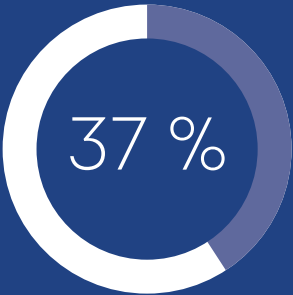
(1) Incluye los espectadores de Cirque du Soleil en 2014 y 2015; en 2016 no hubo este espectáculo.

MILES DE HABITACIONES OCUPADAS

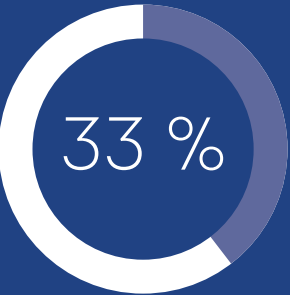


VISITAS INTERNACIONALES

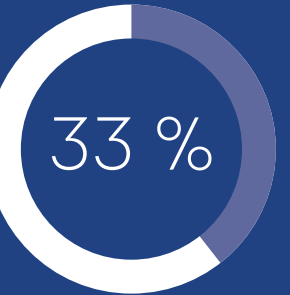
2014



2015



2016



En 2017, se prevé aumentar el número de visitantes y alcanzar los 5 millones





# Merecedores de premios y reconocimientos



**Mejor parque temático o atracción de Europa para PortAventura World Parks & Resort**  
Travel Bulletin Star Awards



**Mejor parque de ocio de Europa para PortAventura World**  
Comunidad europea Worldofparks.eu



**Mejor espectáculo en un parque de ocio europeo para el espectáculo *Revolution***  
Comunidad europea Worldofparks.eu



**Premio especial de reconocimiento a la trayectoria profesional de Sergio Feder, presidente del Comité Ejecutivo de PortAventura World Parks & Resort**  
European Star Awards



**1.º premio a la mejor montaña rusa de acero de Europa para Shambhala**  
European Star Awards  
de Kirmes & Parks Magazine



**1.º premio a la mejor atracción familiar para Angkor**  
European Star Awards  
de Kirmes & Parks Magazine



**2.º premio al mejor parque temático para PortAventura Park**  
European Star Awards  
de Kirmes & Parks Magazine



**2.º premio al mejor parque acuático para Caribe Aquatic Park**  
European Star Awards  
de Kirmes & Parks Magazine



**Premio Plata al mejor espacio 2016 con el evento SEAT (Ibiza Central Launch Training 2015) para PortAventura Business & Events**  
Premio Eventoplus



**Reconocimiento en agradecimiento por la colaboración como patrocinador en 2016 para PortAventura Business & Events**  
Premios RACC MotorSport



# Integridad, ética y buen gobierno

El modelo de gobierno corporativo de PortAventura World vela por que su actividad se guíe por los más estrictos requisitos de ética e integridad en cada aspecto y en cada situación. Para ello, un conjunto de normas y políticas definen los principios básicos de su actuación, un ejemplo de lo cual es el Código de Ética y Conducta Profesional, aprobado en 2013 y validado por el Comité de Control Interno, el Comité de Dirección y el Consejo de Administración.

El Consejo de Administración es el máximo órgano de gobierno de PortAventura World y de este dependen el Comité de Control Interno y el Comité de Dirección. El Comité de Control Interno es el órgano responsable de supervisar y actualizar la información relevante y relacionada con el cumplimiento del Código de Ética y Conducta Profesional. El código está a disposición de todos los empleados y se informa de este a las nuevas incorporaciones por escrito y en sesiones de presentación.

***PortAventura World se adhiere a los principios del Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT y se compromete a informar al Comité Mundial de Ética del Turismo sobre las medidas para la promoción y aplicación de estos principios.***





En cuanto a los riesgos de corrupción, estos se gestionan a través del *Manual de prevención de riesgos penales*, el cual está a disposición de todos los empleados y sobre el que se imparten acciones formativas cuando se producen novedades en dicho ámbito regulatorio. Además, se ha creado la figura del *compliance officer*, cuyas funciones son: analizar los cambios regulatorios y sus efectos para PortAventura World, revisar el mapa de riesgos, impartir sesiones formativas, revisar periódicamente la actualización de los procedimientos de la compañía, gestionar el canal de denuncias y tramitar expedientes sancionadores.

PortAventura World está llevando a cabo un proyecto de auditoría y actualización del *compliance*, cuyos resultados se presentarán a mediados de 2017. Para el periodo 2017-2018, está previsto el siguiente calendario de auditorías internas:

- En 2017, una auditoría de seguridad sobre tecnologías de la información y una auditoría de procedimientos de mantenimiento.
- En 2018, una auditoría de procedimientos de recursos humanos (nóminas) y una auditoría de seguridad en restauración.

Además, en 2017 está previsto un curso de formación sobre la Ley de Protección de Datos Personales para todos aquellos empleados que, por su lugar de trabajo, deban conocerla.



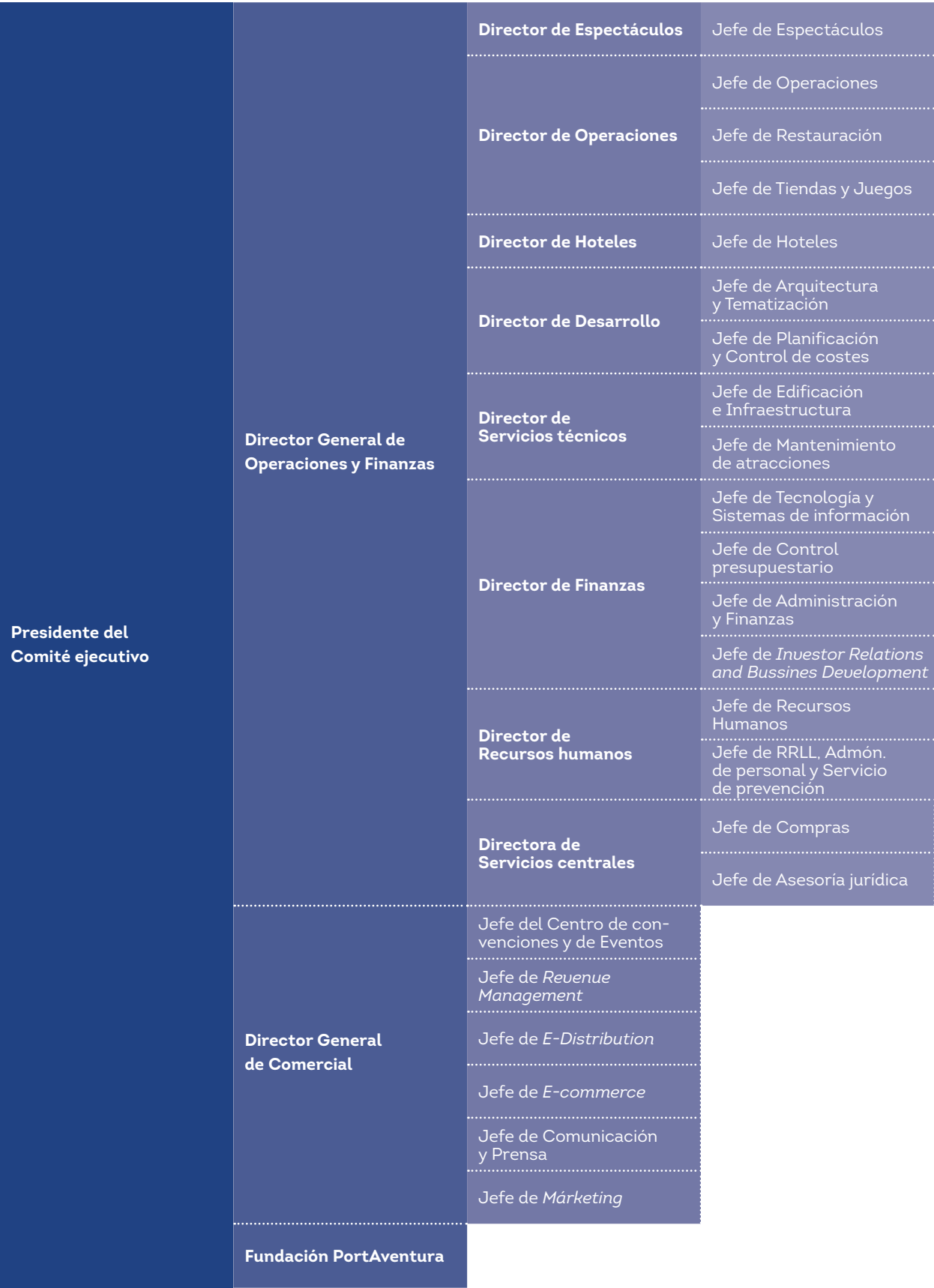
En 2016, PortAventura World ha sido inscrito en el registro de la Administración dependiente de la Generalitat de Catalunya como grupo de interés, conforme a lo previsto en la Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno. De esta forma, la Administración puede constatar que las relaciones o contactos que la compañía mantenga son perfectamente legítimos y adecuados, y que la interrelación se desarrolla en un marco de transparencia e integridad.

Por último, para fomentar un entorno ético y unas relaciones de confianza en la cadena de suministro, durante el año se ha consolidado el procedimiento de homologación obligatoria de todos los proveedores, que incluye la aceptación del Código de Ética y Conducta Empresarial.

*Creación de la función del compliance officer en PortAventura World*

*En 2016, se ha elaborado un informe de revisión de los procesos de inversión*

Organigrama





# Implicación con el sector y el territorio

Identificar retos y oportunidades para el desarrollo económico y social constituye la esencia de PortAventura World y la fuerza motriz de su implicación con distintas asociaciones y organizaciones, alineadas con su estrategia y sus valores, en beneficio del bien común.

- Agencia Catalana de Turismo (ACT) - Empresa colaboradora
- Asociación Catalana de Agencias de Viajes (ACAV) - Socio
- Asociación Catalana de Contabilidad y Dirección (ACCID) - Socio protector
- Asociación Española de Directivos (AED) - Socio individual
- Asociación Española de Parques Temáticos y de Atracciones (AEPA) - Miembro
- Asociación Hotelera Salou-Cambrils-La Pineda - Asociado
- Asociación Internacional de Palacios de Congresos (AIPC) - Socio
- Asociación de Usuarios de SAP España (AUSAPE) - Asociado
- Asociación de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamiento en España (AERCE) - Socio
- Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) - Socio global
- Barcelona Convention Bureau (BCB) - Socio
- Barcelona Global - Socio corporativo protector
- Cámara de Comercio de Tarragona - Socio *premium*
- Catalunya Convention Bureau (CCB) - Socio
- Club de Marketing de Barcelona - Socio
- Club EMAS Cataluña - Socio
- Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) - Miembro a través de la FEHT
- Consorcio para la Mejora de la Competitividad del Turismo y Ocio de las Comarcas de Tarragona (CMCTUR) - Representante, a través de la Fundación de Estudios Turísticos Costa Daurada (FETCD)
- Costa Daurada Convention Bureau (CDCB) - Socio
- Federación Empresarial de Turismo de Tarragona (FEHT) - Socio
- Fundación de Estudios Turísticos Costa Daurada (FETCD) - Empresa asociada
- Fundación Privada Auditori Josep Carreras - Patrono
- International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA) - Miembro
- Meeting Professionals International (MPI) - Socio
- Parque Científico y Tecnológico de Turismo y Ocio de Cataluña - Patrono
- Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas - Firmante asociado
- SportCultura - Socio numerario
- Tarragona Convention Bureau (TCB) - Socio







**LA RESPONSABILIDAD  
CORPORATIVA, EL MOTOR  
DEL DESARROLLO  
SOSTENIBLE**



# Nuestra responsabilidad corporativa

## OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



**PortAventura World contribuye a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, a la vez que progresa en el cumplimiento de los principios del Pacto Mundial.**



## PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

### Derechos humanos

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
2. Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

### Normas laborales

3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

### Medio ambiente

7. Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca al medio ambiente.
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

### Lucha contra la corrupción

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





# Crear valor desde el presente para el futuro

La forma de entender el negocio de PortAventura World se materializa en un modelo de gestión responsable basado en la búsqueda permanente del equilibrio económico, social y ambiental para fomentar la creación de valor real en el presente con vistas a largo plazo.

En este contexto, impulsa acciones dirigidas a la consecución de los objetivos que recogen iniciativas internacionales de referencia vinculadas a la ética y la sostenibilidad. Partiendo de los valores que rigen PortAventura World, las acciones se encuentran alineadas con los objetivos empresariales y su finalidad es velar por la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio en el tiempo, además de generar un valor real para el equipo humano, el cliente, la sociedad, los proveedores y el medio ambiente.

El Área de Responsabilidad Corporativa es responsable del desarrollo, la implantación y el seguimiento de la estrategia de desarrollo sostenible, contemplando las inquietudes de todos los grupos de interés. Esta área depende de la Dirección de Servicios Centrales, la cual da servicio a todas las áreas de la compañía.

## PortAventura World crea el Comité de Responsabilidad Corporativa

Con el fin de dar una mayor transversalidad y sistematización a la gestión de la responsabilidad corporativa, en 2016 se constituyó el Comité de Responsabilidad corporativa, liderado por la Dirección de Servicios Centrales y con representación de diferentes departamentos de la compañía relacionados estratégicamente con todos sus grupos de interés. La misión del comité es asegurar el cumplimiento de los objetivos establecidos por la compañía en materia de responsabilidad corporativa.





Objetivos de responsabilidad corporativa orientados a los grupos de interés

		Corto plazo	Medio plazo	Largo plazo
Para los clientes	Desarrollar acciones para la reducción del despilfarro alimentario en los hoteles.	●	●	●
	Implantar la norma ISO 22000 de seguridad alimentaria en tres fases en todo el Resort.	●	●	●
	Desarrollar proyectos para la digitalización del Resort.	●	●	●
Para los empleados	Desarrollar el programa «PortAventura e-Saludable».	●	●	●
	Implantar de forma progresiva el <i>pick to voice</i> , que permite a los empleados trabajar de forma más ergonómica.	●	●	●
Para los proveedores	Homologar el 100 % de los proveedores con los que PortAventura World tiene relación comercial mediante criterios ambientales y sociales.	●		
	Llevar a cabo anualmente una jornada con proveedores: «Diálogo con proveedores».	●	●	●
	Implantar el sistema de evaluación de proveedores.	●	●	
Para la sociedad	Incrementar la participación de los empleados en el Proyecto Teaming.	●	●	●
	Aumentar el número de participantes en los eventos para la recaudación de fondos anuales.	●	●	●
	Buscar nuevos patrocinadores de la Fundación PortAventura.	●	●	●
Para el medio ambiente	Reducir la fracción de residuos sólidos urbanos (RSU).	●	●	●
	Optimizar el consumo por visita-pernoctación y año de energías y agua.	●	●	●
	Disminuir la cantidad de residuo generado al año con respecto al anterior en el conjunto de las instalaciones.	●	●	●



PortAventura World confirma su compromiso con un turismo responsable



Gracias al acuerdo de colaboración alcanzado por la Organización Mundial del Turismo y la Red Española de Pacto Mundial, trece compañías españolas, entre ellas PortAventura World, se suman al compromiso de desarrollar prácticas de responsabilidad social corporativa que aboguen por un turismo sostenible. Bajo el título «Turismo responsable: un compromiso de todos» la iniciativa que se lanzó en septiembre de 2016 destaca el papel de las empresas turísticas para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Los ODS que incluyen el turismo como una herramienta eficaz en los tres pilares del desarrollo sostenible –económico, social y ambiental– constituyen la nueva agenda mundial para conseguir un planeta más justo e igualitario que a la vez preserve los recursos naturales. La implicación del sector privado en este proceso es esencial y ha sido identificada como clave para la implementación de la nueva Agenda 2030. La involucración de PortAventura World, junto a otras

doce empresas españolas, en el acuerdo entre la Organización Mundial del Turismo y la Red Española de Pacto Mundial consiste en la puesta en marcha de una serie de iniciativas relativas a la responsabilidad social corporativa, que quedan recogidas en un sitio web creado a tal efecto, el cual incluye una publicación digital, vídeos testimoniales y una recopilación de buenas prácticas.

Esta iniciativa es pionera no solo por la implicación del sector privado en la Agenda 2030, sino también por la necesidad de involucrar a actores clave en la consecución de un sector del turismo responsable y sostenible.





## Relaciones de confianza con los grupos de interés

El compromiso con la responsabilidad corporativa implica tender, con cada grupo de interés, puentes que fomenten relaciones de confianza y que permitan detectar riesgos y oportunidades, así como la identificación de sus necesidades y expectativas para que terminen generando un valor real para todas las partes implicadas.



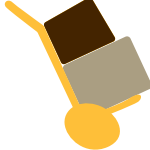
**ACCIONISTAS**  
Generar valor y rentabilidad para los accionistas a través de una gestión responsable y sostenible.



**CLIENTES**  
Priorizar la calidad en el servicio a través de la innovación para responder a las expectativas y las necesidades de los clientes y los visitantes en un entorno seguro y de entretenimiento saludable.



**EMPLEADOS**  
Invertir en los empleados, ofreciéndoles un buen lugar para trabajar, promoviendo la igualdad y la diversidad.



**PROVEEDORES Y CONTRATISTAS**  
Promover la gestión responsable de todas las empresas respecto a su cadena de suministro.



**SOCIEDAD**  
Fortalecer y mejorar la calidad de vida de la sociedad, gracias a un comportamiento responsable y a una estrecha colaboración con organizaciones sociales.

## La razón de ser

### MISIÓN

Nuestra misión es ser el mejor *International Destination Resort*, referente en toda Europa, proporcionando experiencias inolvidables a familias y jóvenes en un entorno único caracterizado por la aventura, la emoción y la fantasía.

### VALORES CORPORATIVOS

- Seguridad
- Pasión por el cliente
- Calidad
- Excelencia
- Compromiso social
- Respeto por el medio ambiente
- Dedicación
- Trabajo en equipo y cohesión
- Diversión familiar



# Temas relevantes para el desempeño en sostenibilidad

Partiendo de la escucha activa a los grupos de interés, y mediante una encuesta en línea realizada en 2014, PortAventura World tiene identificados aquellos temas que son más relevantes en los ámbitos social, ambiental y económico para su desempeño en sostenibilidad. Puesto que no ha habido cambios operacionales significativos

en 2016, se han considerado vigentes los resultados del análisis de materialidad llevado a cabo en 2014 siguiendo las pautas de la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* de la Global Reporting Initiative (GRI), versión G4.

## Matriz de materialidad

		Aspectos y asuntos materiales		
Relevancia para los grupos de interés	Alta	Efluentes y residuos	Consecuencias económicas indirectas Diversidad e igualdad de oportunidades No discriminación Etiquetado de productos y servicios	Evaluación ambiental de los proveedores Empleo Relaciones entre los trabajadores y la dirección Salud y seguridad en el trabajo Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos Lucha contra la corrupción Salud y seguridad de los clientes Innovación en diseño y mejora de las atracciones e instalaciones*
	Media	Prácticas de adquisición Promoción del patrimonio cultural y natural del territorio* Accesibilidad arquitectónica*	Materiales Biodiversidad Emisiones Productos y servicios Comunidades locales Seguridad del merchandising*	Desempeño económico Energía Agua Capacitación y educación Privacidad de los clientes Seguridad alimentaria y promoción de hábitos de alimentación saludable*
	Baja	General (gastos e inversiones ambientales)	Cumplimiento de los estándares de bienestar animal* Sensibilización en buenas prácticas ambientales* Comunicación con el cliente y mecanismos de reclamación*	
		Baja	Media	Alta
Relevancia para PortAventura World				

Aspectos ambientales  
Aspectos económicos  
Aspectos de prácticas laborales

Aspectos de derechos humanos  
Aspectos de sociedad  
Aspectos de responsabilidad de producto

\* Otros asuntos (no corresponden a la Guía versión G4 de GRI)







## COMPROMISOS SOCIALES



# El equipo humano, la clave del éxito



## Responsabilidad con los empleados

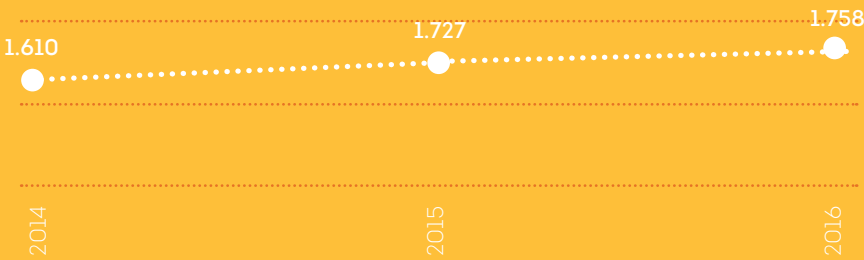
El compromiso del equipo humano para ofrecer siempre un servicio excelente al cliente es la clave del éxito de PortAventura World, que a su vez cumple con su compromiso para garantizar el bienestar del equipo.

La actividad de PortAventura World conlleva una estacionalidad que se ve plasmada en la evolución de la plantilla durante el año, con las cifras más altas durante los meses de verano, siendo el pico más alto en agosto, y con un repunte en octubre debido a la celebración de Halloween.

*Dos años consecutivos de crecimiento de la plantilla de PortAventura World*

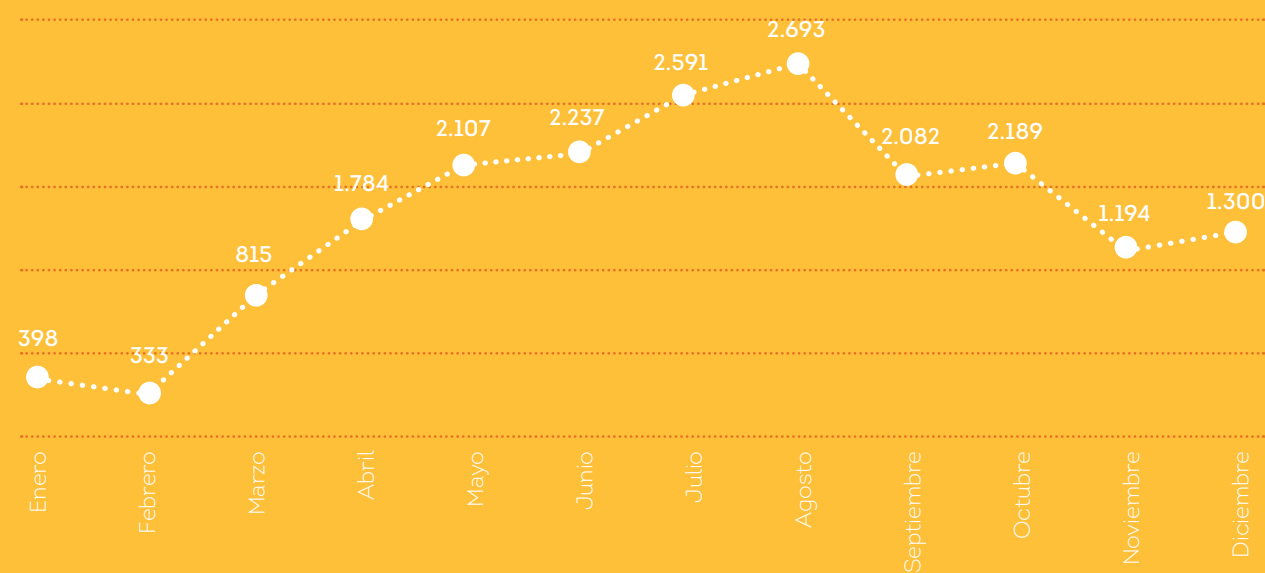


### EVOLUCIÓN ANUAL DE LA PLANTILLA MEDIA

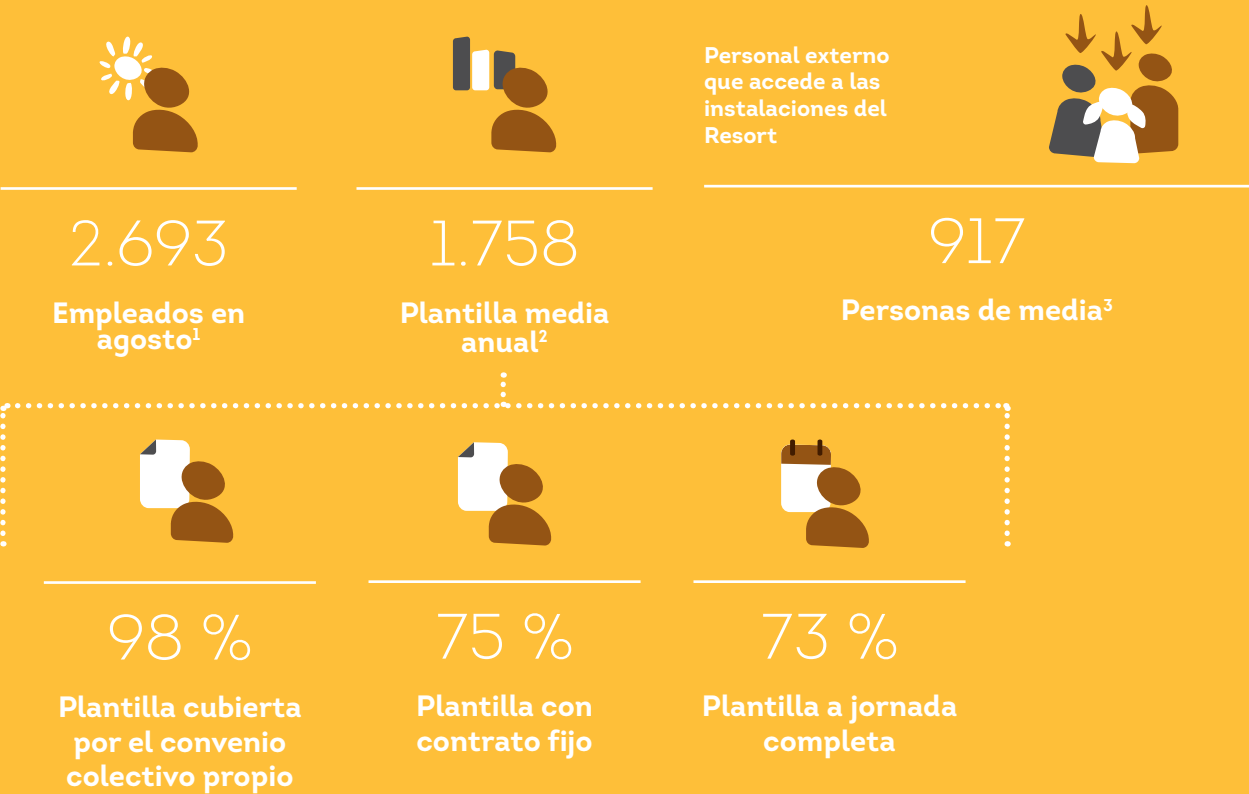


Empleados de media durante el año (cálculo realizado con la plantilla existente el último día de cada mes)

### EVOLUCIÓN DE LA PLANTILLA EN 2016



Plantilla el día 15 de cada mes



(1) Dato correspondiente al día 15 de agosto.  
(2) Cálculo realizado con la plantilla existente el último día de cada mes. Los datos que se presentan en este apartado se refieren a empleados de media durante el año, a no ser que se indique lo contrario.

(3) Cálculo realizado con la suma de personas de primero a último día de mes (acumulativo).



## Al servicio del empleado

PortAventura World continúa ampliando la oferta de ventajas y beneficios de los que gozan los empleados.

- **App La Guía** con información de la compañía y centenares de ventajas en empresas colaboradoras. La app está disponible para todos los empleados y complementa la plataforma web [www.laguiaportaventuraworld.com](http://www.laguiaportaventuraworld.com), haciendo mucho más sencillo su acceso. Con el objetivo de incentivar los registros y el uso de la plataforma, se realizó el sorteo de un viaje a Lisboa para dos personas durante cuatro días.
- **Descuentos** en la compra de entradas, reservas de hotel, tiendas y restauración, además de precios especiales para celebraciones en familia, entre otros. Como novedad, se ha ampliado el número de entradas con descuento para PortAventura Park de 5 a 10, que pueden comprarse individualmente.
- **Nuevo sistema de retribución flexible**, mediante el cual los empleados pueden contratar un seguro de salud con Adeslas que incluye cónyuge e hijos con importantes ventajas fiscales y a un precio especial.
- **Tienda** con productos outlet de las tiendas de PortAventura World a precios muy atractivos.
- **Tasación gratuita de los vehículos** de los empleados y realización de propuestas de compra de un vehículo nuevo de la marca Fiat, patrocinador de la compañía, a precios muy atractivos.
- **Nueva área de descanso en Far West**, la cual dispone de los servicios necesarios para procurar el descanso de los empleados (mesas, sillas, butacas para embarazadas, microondas, fuente de agua potable, lavabos, máquinas expendedoras y carteleros de información).

*En 2016, se ha lanzado la app La Guía con información de la compañía y centenares de ventajas en empresas colaboradoras*

- **Sala Sports Training** a precio reducido para el uso de máquinas y asistencia a las clases dirigidas.
- **Taller de pastelería creativa con Christian Escribà**, en el que, con un precio especial, podían participar los empleados con sus hijos.

En motivo de la festividad de Sant Jordi se hace entrega de una rosa a todos los empleados, hombres y mujeres en activo, y por Navidad se les obsequia con un lote de productos.

Ofrecer un buen servicio al empleado, como cliente interno, es también una prioridad para PortAventura World. Con este objetivo, en 2016 se ha puesto en marcha el servicio E-Nómina, mediante el cual el envío de la nómina se realiza a través del correo electrónico. Esta medida facilita el acceso del personal a su nómina y permite reducir el consumo de papel.

## Foro de bienvenida para empleados 2016

A principio de temporada tiene lugar el Foro de bienvenida para empleados, cuyo objetivo es informar a la plantilla de los resultados del año anterior y de las novedades para la temporada que comienza, así como dar la bienvenida a todos los trabajadores. Durante el foro se hizo entrega del dinero recaudado por los empleados en la acción solidaria Proyecto Teaming. Para finalizar el evento, todos los empleados fueron invitados a una comida en el restaurante de La Cantina.





PortAventura World incentiva la solidaridad de los empleados, con el impulso en 2016 de las siguientes iniciativas:

- **Campañas de donación de sangre**, en las que todos los participantes recibieron una invitación gratis para PortAventura Park. En total se registraron 258 donaciones.
- **Carrera Solidaria de la Fundación PortAventura**, con un precio especial para los empleados participantes, además del obsequio de un mes gratis en la Sala Sports Training y el sorteo de una noche de hotel en Andorra.
- **Campaña «Ningún niño sin bigote»**, impulsada por “la Caixa” y en colaboración con la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), para contribuir a la recogida de leche para niños y niñas en situación de vulnerabilidad.
- **Cena Solidaria de la Fundación PortAventura**, con un precio especial para los empleados asistentes.
- **Excursión abierta** a los empleados para asistir al encendido de las luces de Navidad del Hospital Sant Joan de Déu.
- **Campaña de recogida de juguetes** impulsada por la Cruz Roja Española.
- **Proyecto Teaming**, a través del cual los empleados pueden presentar proyectos solidarios y donar voluntariamente 1 euro de su nómina a este programa.

## Implicación con el empleo juvenil

Con el objetivo de favorecer la ocupación del colectivo de estudiantes, en 2016 PortAventura World ha establecido convenios de colaboración con más de veinte universidades y centros docentes: Universitat Rovira i Virgili, Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Institut Obert de Catalunya, ESADE, Escola d'Hoteleria i Turisme de Cambrils, College Française de Reus, entre otros.

Además, este año se ha llevado a cabo el Programa Ocupación para Jóvenes, dirigido a personas de entre dieciocho y treinta años en situación de paro con el bachillerato o un ciclo formativo completado. El programa, subvencionado por el Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC), se ha centrado en restauración y comercio, y ha incorporado a 20 jóvenes, a quienes se han impartido 100 horas de formación en la materia.

En 2016, tuvo lugar la undécima edición del **premio PortAventura a la mejor trayectoria académica de turismo de la Universitat Rovira i Virgili (URV)**. La misión del premio es reconocer públicamente la excelencia de los estudiantes del grado de Turismo de la URV y facilitarles, por parte de dicha universidad, la realización de un proyecto de desarrollo personal promoviendo los valores de la iniciativa, la competencia, el liderazgo, la responsabilidad y el compromiso.

**69 estudiantes en prácticas incorporados en 2016**







Un entorno diverso y respetuoso con la igualdad

La igualdad entre hombres y mujeres es una realidad dentro de PortAventura World que se hace efectiva mediante el Plan de Igualdad de Oportunidades, el protocolo contra el acoso laboral, el uso de un lenguaje no sexista y la incorporación de la perspectiva de género en las evaluaciones de riesgos psicosociales.



67 %  
Mujeres en plantilla

PRESENCIA DE MUJERES EN CADA UNA DE LAS CATEGORÍAS LABORALES



44 %  
Cargos directivos y jefaturas de área



64 %  
Cargos de supervisores, técnicos y administrativos



69 %  
Operaciones



55 %  
Plantilla entre 26 y 45 años

PLANTILLA SEGÚN GRUPOS DE EDAD Y GÉNERO

	Menos de 25 años	26-35 años	36-45 años	46-55 años	56-65 años
	141	123	189	100	20
	196	254	403	218	100



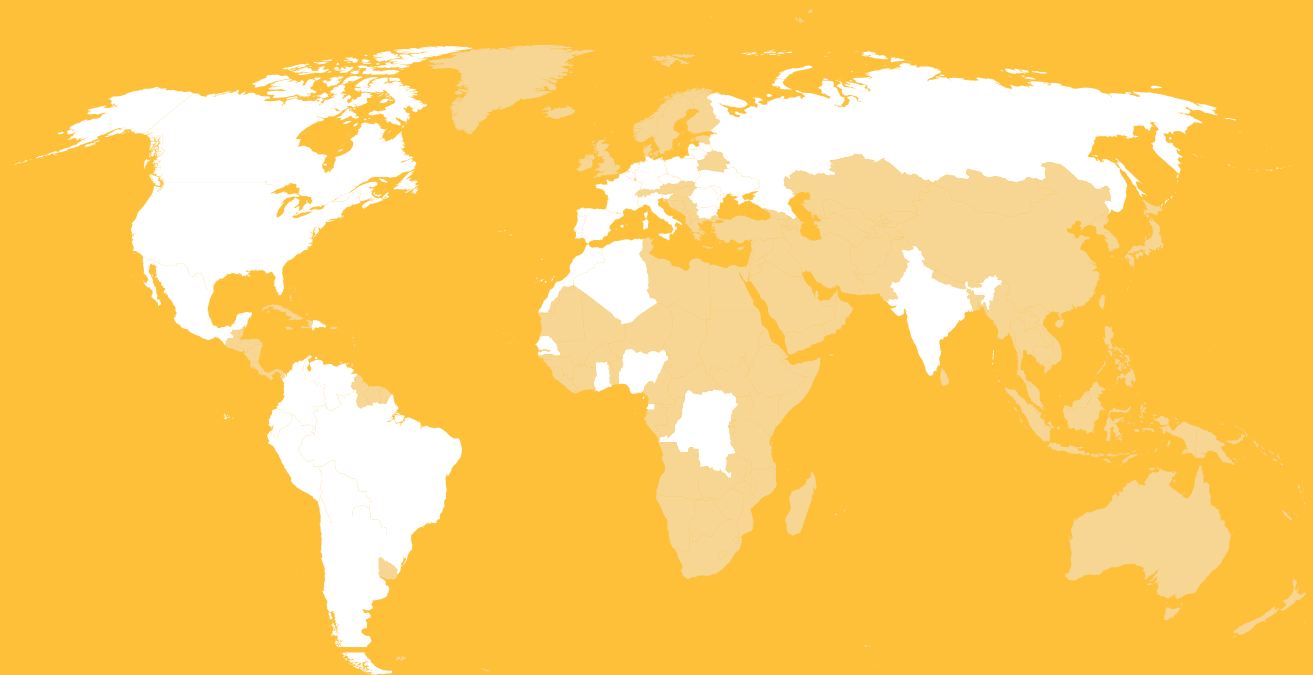


La diversidad y multiculturalidad  
hace especial a PortAventura World



PLANTILLA SEGÚN NACIONALIDAD EMPLEADOS DE MEDIA DURANTE EL AÑO 2016

Alemania	6	República Dominicana	4	México	1
Estados Unidos de América	1	Ecuador	2	Moldavia	1
Argelia	3	Eslovenia	2	Nigeria	1
Argentina	5	España	1.576	Perú	6
Bélgica	1	Francia	9	Polonia	1
Bolivia	1	Ghana	1	Portugal	6
Brasil	2	Guinea Ecuatorial	6	Rumanía	16
Bulgaria	6	India	1	Rusia	7
Canadá	1	Holanda	1	Senegal	12
República Checa	1	Italia	19	Ucrania	4
Chile	3	Letonia	1	Uruguay	1
Colombia	10	Lituania	1	Venezuela	1
Rep. Democrática del Congo	1	Marruecos	40		





## Compromiso con la inclusión laboral de personas con diversidad funcional y en riesgo de exclusión social

La inclusión laboral es un tema clave por el cual PortAventura World ha velado especialmente, incorporando personas con síndrome de Down de la Asociación Down Tarragona, y a personas con otro tipo de discapacidades. Para ello, dispone de una metodología propia para la selección de personas con diversidad funcional de acuerdo con el puesto de trabajo y con las capacidades y competencias requeridas. Posteriormente, aplica un plan de acogida, una formación inicial y un seguimiento, así como un marco común de comunicación con el centro colaborador y la familia, si es necesario.

Durante el 2016, PortAventura World ha contado con un promedio de 30 personas con diversidad funcional contratadas de forma directa (un 1,69 % de los empleados de media en plantilla). Complementariamente, mediante la contratación de servicios a centros especiales de empleo del territorio, el personal con diversidad funcional asciende a un 4,23 %. A ello se suma la contratación de

víctimas de violencia de género y de dieciocho personas procedentes del programa «Fem ocupació per a joves» (entre dieciocho y treinta años) de los ayuntamientos de Vila-seca y Salou.



# 4,23 %

**Personal con diversidad funcional**

## Un modelo para aprender y crecer profesionalmente

El aprendizaje y el desarrollo de los empleados es una de las piezas clave para motivarlos y afrontar el día a día y los retos de futuro de PortAventura World. Para ello, potencia la mejora profesional continua, teniendo en cuenta el modelo de negocio, la cultura corporativa y la adaptación al entorno.

### Una oferta formativa adaptada a las necesidades

Para PortAventura World, la formación es una herramienta que permite aportar un valor añadido al empleado. Mediante el Plan de Formación, se quiere garantizar que toda la plantilla esté preparada para desempeñar adecuadamente las funciones y tareas de su puesto actual, así como ampliar conocimientos y potenciar sus habilidades y competencias para asumir otros puestos de trabajo dentro de la compañía.

El Plan de Formación es abierto y dinámico, y se adapta a las necesidades de cada momento. Este se basa en la política estratégica, la gestión de competencias, la política de prevención de riesgos laborales y la política ambiental. Según la modalidad didáctica, la formación puede ser presencial, en línea o mixta. PortAventura World apuesta por potenciar el *e-learning* a través de una plataforma específica que permite trazar el aprendizaje de manera personalizada para cada individuo.







Las acciones formativas, realizadas de forma interna o externa, se estructuran en varias categorías:

- **Corporativa.** Formación obligatoria, dirigida a todos los empleados, según sus funciones y responsabilidades, en la que se integran conceptos propios de la compañía.
- **Formación técnica.** Formación obligatoria, dirigida al personal del Departamento de Operaciones, concretamente de las áreas de Restauración, Tiendas y Juegos, y Operaciones.
- **Formación en el puesto de trabajo.** Formación obligatoria que realizan todos los empleados del departamento operativo en el puesto de trabajo.
- **Seguridad laboral.** Formación obligatoria, dirigida a todos los empleados, según sus funciones y responsabilidades, de acuerdo con la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.
- **Seguridad alimentaria.** Formación obligatoria, dirigida a todos los empleados, según sus funciones y responsabilidades, de acuerdo con el Reglamento (CE) n.º 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios y con la Ley de Seguridad Alimentaria y Nutrición.
- **Medio ambiente.** Basado en el cuarto principio de actuación de la Política Medioambiental de la compañía: formar, entrenar y sensibilizar, en todas las vertientes, al personal de la empresa.
- **Formación de desarrollo.** Acciones formativas a medida, orientadas a la mejora de las habilidades personales o técnicas de los participantes, diseñadas e impartidas con recursos propios o externos.
- **Formación para gestores de equipos.**

PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO SEGÚN GÉNERO Y CATEGORÍA LABORAL (H/EMPLEADO)

		2016
	Directivos y jefes de área	25,30
	Supervisores, técnicos y administrativos	16,54
	Personal de operaciones	7,93
	Directivos y jefes de área	21,54
	Supervisores, técnicos y administrativos	15,42
	Personal de operaciones	6,97



2.702

Empleados que han recibido algún tipo de formación durante el año



80 %

Empleados formados<sup>1</sup>



25.319

Horas totales de formación



9,37

Promedio de horas de formación por empleado



19 %

Formación en modalidad a distancia

(1) Porcentaje calculado según el número total de empleados en activo.





## Premio y reconocimiento de los logros por rendimiento

PortAventura World tiene implantado un sistema de gestión de la actuación de los empleados basado en la cultura de la mejora continua orientada al éxito. A partir de los valores de la compañía, se han identificado las competencias corporativas, técnicas y de gestión de equipos que deben tener los empleados, así como los comportamientos que se consideran destacables y que garantizan el nivel de calidad esperado. Además, la compañía establece unos objetivos generales y funcionales en el marco de un sistema de gestión por objetivos asociado a un porcentaje de remuneración variable.



# 15 %

**Empleados de media durante el año sujetos al sistema de gestión por objetivos**

**106 premios con dotación económica a mandos y personal de las unidades premiadas**

**321 vales de tiendas y restauración entregados y 148 noches de hotel**

Paralelamente, los propios mandos gestores de equipos premian a aquellas personas que destacan por llevar a la práctica los valores de PortAventura World y contribuir activamente a la consecución de los objetivos de la compañía, a través de las denominadas *tarjetas de calidad*.

En 2016, se entregaron 253 tarjetas, las cuales se pueden canjear por dos entradas a PortAventura Park, por una noche en un hotel del Resort o por 35 euros en vales de descuento para las tiendas o restaurantes del Resort.



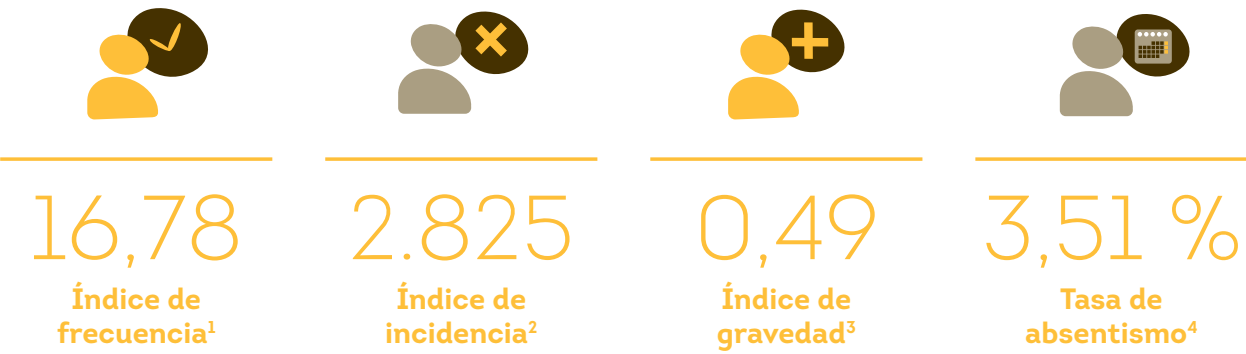


# Cultura preventiva para la seguridad laboral

PortAventura World tiene implantado un sistema de gestión de la prevención en el entorno laboral en todos los ámbitos y las áreas de negocio. Para ello, cuenta con un Plan de Prevención, en el que se incluyen la Política de Prevención de Riesgos Laborales, así como los recursos y la estructura organizativa necesaria para su implementación. Los objetivos anuales se definen de acuerdo con las líneas estratégicas que en materia de seguridad y salud establezca como prioritarias el Comité de Dirección, con el asesoramiento del Servicio de Prevención, previa consulta y participación de los delegados de prevención y una vez presentados en el seno del Comité de Seguridad y Salud (órgano paritario y colegiado de participación formado por siete delegados de prevención y siete representantes de la empresa designados por la dirección).

Dentro del sistema de gestión de la prevención y la seguridad en el entorno laboral, se llevan a cabo diferentes acciones, que se integran en el programa anual de actividades. En 2016, se han llevado a cabo un total de 119 simulacros de emergencia, 4.093 inspecciones planeadas, 125 auditorías internas en materia de seguridad y salud, 130 evaluaciones de riesgos, 296 informes técnicos (de ruido, estrés térmico, iluminación, ergonomía y estudio psicosocial) y 138 cursos en materia de prevención de riesgos laborales. Además, el servicio médico ha realizado 1.095 reconocimientos médicos, 1.139 consultas médicas, 5 vacunaciones y 258 consultas relativas a exenciones.

El Servicio de Prevención hace un seguimiento mensual de la siniestralidad laboral analizando estos indicadores y elabora un informe anual, que se pone a disposición del Comité de Seguridad y Salud, con el fin de evaluar la eficacia del sistema y establecer planes de mejora.



(1) Representa el número de accidentes por cada millón de horas trabajadas.  
(2) Representa el número de accidentes con baja por cada cien mil personas expuestas.  
(3) Representa el número de jornadas perdidas por cada mil horas trabajadas.  
(4) La tasa de absentismo contempla los accidentes de trabajo, incluidos los accidentes *in itinere*, y las incapacidades temporales por enfermedades comunes y prolongadas.

*Por tercer año consecutivo, PortAventura World no aparece en la lista de empresas consideradas de alta siniestralidad por la Generalitat de Catalunya*





# Programa «PortAventura e-Saludable»

PortAventura World quiere ser una compañía saludable en la que los empleados y la dirección se impliquen en la aplicación de un proceso de mejora continua para proteger y promover la salud y el bienestar en el lugar de trabajo.

Puesto en marcha en 2016, el programa «PortAventura e-Saludable» tiene como misión fomentar los hábitos saludables entre los empleados. Sus objetivos son:

- **Concienciar.** Importancia sobre el cuidado de la salud y los beneficios en la persona.
- **Ofrecer.** Poner a disposición de los empleados distintas acciones, servicios e instalaciones que les permitan desarrollar hábitos saludables.
- **Promover e impulsar.** Fomentar y consolidar hábitos saludables entre los empleados.



1.091

Empleados participantes



5.912

Empleados asistentes a diferentes actividades<sup>1</sup>

(1) Un mismo empleado puede asistir a diferentes actividades



Estructurado en dos cuatrimestres, en 2016 el programa ofreció numerosas actividades saludables. Además, se publicaron varios artículos sobre hábitos saludables en la revista *Acció*.

- **Segunda edición del Programa Fifty-Fifty.** Realizado en colaboración con la Fundación SHE, su objetivo es mejorar la salud en personas adultas mediante la modificación de sus hábitos. Está dirigido especialmente a personas que presenten uno o más factores de riesgo cardiovascular. Con la figura del promotor de la salud, se pone a disposición de los participantes un médico del trabajo especialista en hábitos saludables, que realiza la formación y un seguimiento personalizado.

50/50

60

Participantes en el Programa Fifty-fifty



6

Talleres de formación del Programa Fifty-fifty



285

Consultas al promotor de la salud del Programa Fifty-fifty

- **Continuidad de la campaña de concienciación de los niveles de colesterol.** Impulsada por el Servicio de Prevención con el apoyo de Danone. A los participantes a los que se detectaron niveles altos de colesterol, se les dieron pautas a seguir durante un periodo de 21 días para reducir estos niveles, que incluían tomar 21 unidades de Danacol que se les entregaron de forma gratuita.

**Campaña «Cada paso cuenta».** Su objetivo es fomentar la actividad física entre los empleados y evitar el sedentarismo. Los participantes recibieron gratuitamente un podómetro.

- **Talleres de hábitos saludables.** Se han llevado a cabo diferentes talleres de estiramientos y hábitos saludables (comida vegetariana y vegana, alimentación saludable en el entorno laboral, sensibilización y estiramientos generales, estiramientos lumbares, etc.), así como dos charlas con expertos («Nutrición y salud ósea» y «Dietética y nutrición»). Además, se han realizado 5 jornadas de Workshop Experiences (jornadas prácticas sobre alimentación saludable en el comedor de los empleados).

- **Día de la fruta y galletas saludables.** Se entregaron más de 4.850 piezas de frutas y 1.766 bolsas de galletas.

- **Sala Sports Training.** Se ha ampliado la oferta de actividades dirigidas.

- **Promotor de la Salud.** Se puso en marcha un servicio de asesoramiento sobre hábitos saludables.



159

Participantes en la Sala Sports Training





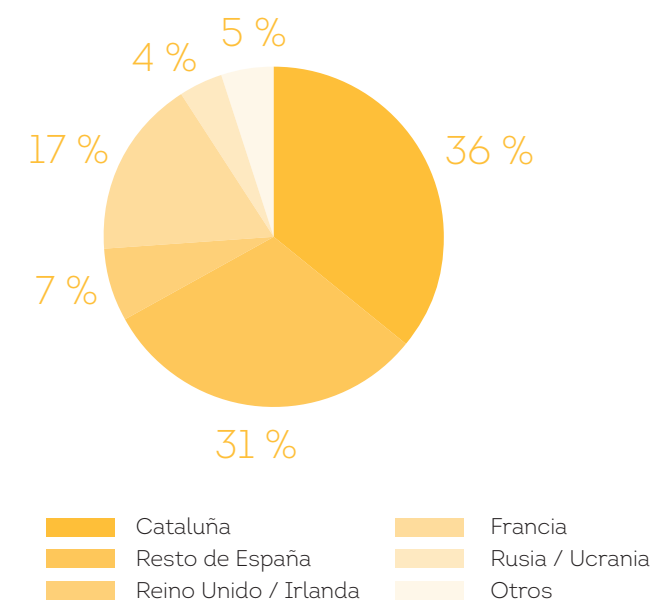
## Un destino integral con experiencias únicas para el cliente



## Una amplia oferta para distintos perfiles de clientes

PortAventura World ha seguido una estrategia de desarrollo a largo plazo que le ha llevado a ser en la actualidad un resort completo: un destino integral de vacaciones y de ocio familiar con una clara proyección internacional.

### ORIGEN DE LAS VISITAS DE PORTAVENTURA WORLD 2016

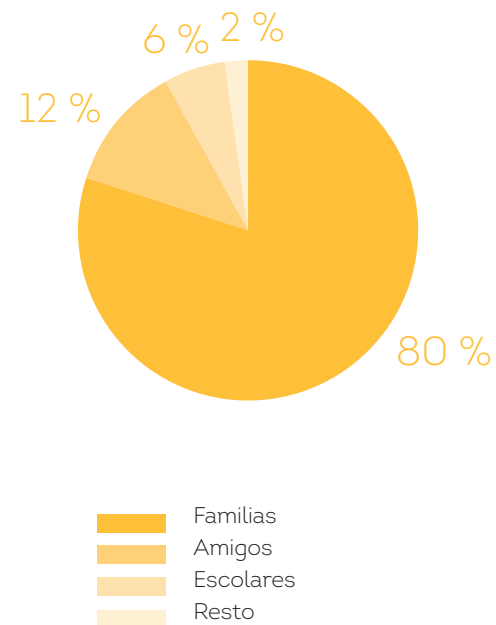


# 33 %

Visitas internacionales a PortAventura World



### PERFIL DEL CLIENTE DE PORTAVENTURA WORLD 2016



80 %  
Visitas familiares  
a PortAventura World

### Más actividad del Centro de Convenciones

PortAventura World cuenta con uno de los mayores centros de convenciones de España, con más de 13.000 metros cuadrados. Algunas de las empresas que celebraron sus eventos en PortAventura Convention Centre en 2016 son, en el ámbito internacional, Luxottica, Veritas, HP, Johnson & Johnson, Red Hat y Coca-Cola, y en el ámbito nacional, Kids & Us, Tupperware, 3M, Dex Iberica y Activa Shops.

En 2016, la actividad de PortAventura Business & Events se ha completado con la 52.ª edición del Rally RACC Catalunya - Costa Daurada, que ya lleva doce ediciones en las instalaciones de PortAventura World (desde 2005 hasta 2008 en el Hotel PortAventura y desde 2009 hasta 2016 en el centro de convenciones).



72.461  
Participantes  
en PortAventura  
Convention Centre  
(-11 % respecto a  
2015)



226  
Eventos celebrados  
en PortAventura  
World  
(+20 % respecto a  
2015)



9,5 M€  
Facturación  
(+8 % respecto a 2015)

**La certificación «Destino de turismo familiar», otorgada por Turisme de Catalunya, avala el compromiso de calidad y atención especializada para familias de PortAventura World**



Ya en 2015, PortAventura World incrementó el número de visitas respecto a la temporada anterior, con 3,9 millones de visitas, convirtiéndose así en la segunda mejor cifra de su historia. En la temporada 2016, se ha mantenido la afluencia de visitas y se consolida una tendencia de crecimiento que se prevé que sea aún mayor con la apertura de Ferrari Land, que podría incrementar el número de visitas en un millón más.

Además, en 2016 se renovó la oferta de espectáculos, entre los cuales destaca *Revolution*, un espectáculo homenaje a las mujeres que han revolucionado la historia de la música pop, como Madonna, Gloria Gaynor o Adele, entre otras. Otras novedades han sido *Can Can Show*, *Country Line Dance* y el espectáculo PortAventura World en Mediterrània, con un desfile diario que finaliza con un espectáculo musical.







## PortAventura World facilita la celebración de los juegos Special Olympics España de 2016

Después de veinte años, los juegos Special Olympics España volvieron a Reus de la mano de PortAventura World, que formó parte de la organización e hizo posible el éxito de estos juegos. El acto de inauguración de los juegos tuvo lugar en el Gran Teatro Imperial del área de China de PortAventura Park, con la presencia de deportistas, familiares y autoridades. Fue el pistoletazo de salida de unos exitosos juegos.

PortAventura Business & Events se encargó de coordinar la acogida en sus instalaciones de los 800 deportistas participantes, procedentes de 17 comunidades autónomas y 18 países, junto a 200 entrenadores, 400 voluntarios, 100 voluntarios clínicos y miembros de la organización.

## Siempre cerca del cliente

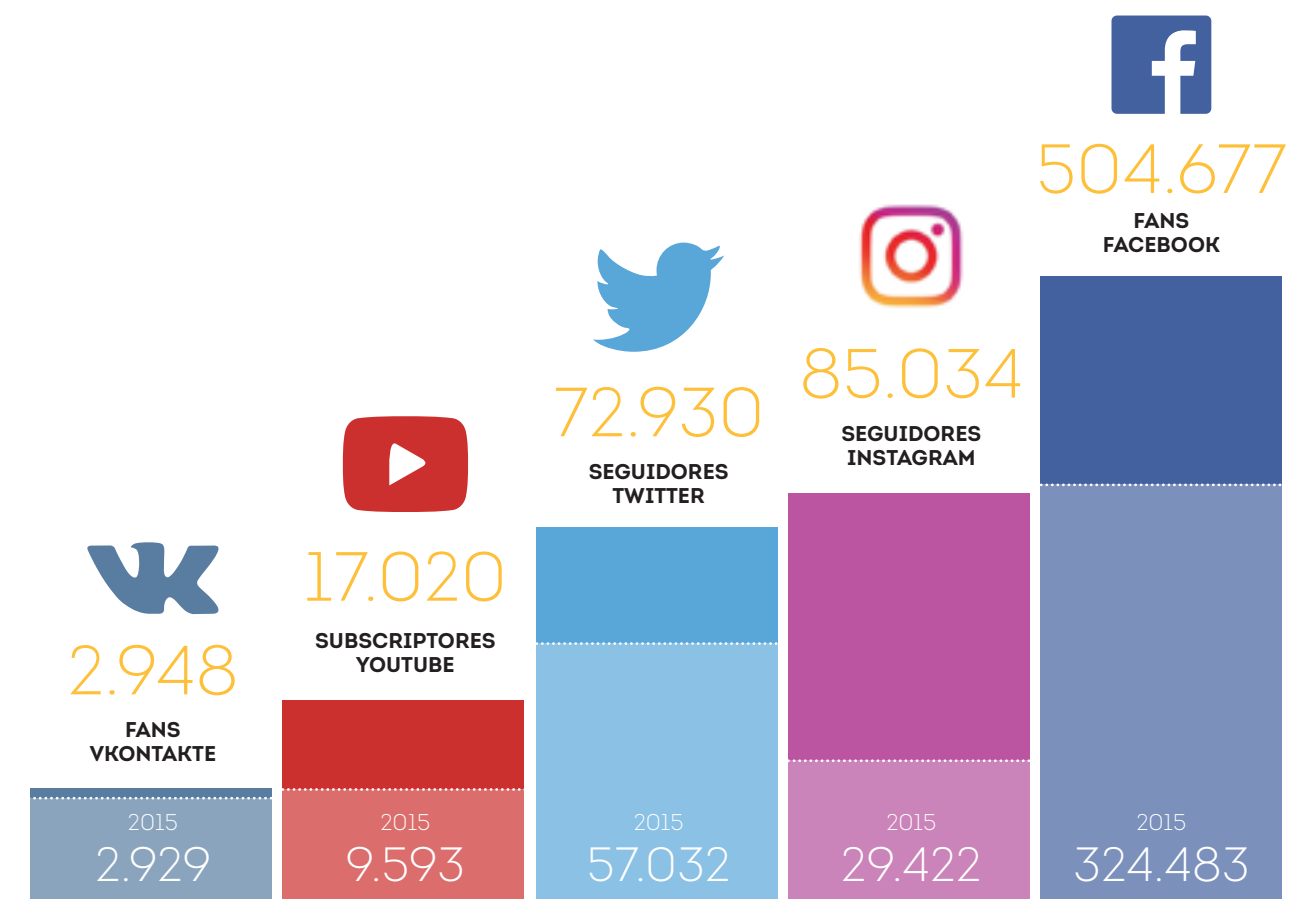
PortAventura World empezó el 2016 con el lanzamiento de una nueva web multidispositivo con una arquitectura y una tecnología completamente remodeladas, que permiten disfrutar de la experiencia del Resort mucho antes de salir de casa. Además de una navegación sencilla y visual, el portal permite conocer al usuario y personalizar la oferta mediante la aplicación de las últimas tecnologías en materia web y CRM. Dispone de un apartado específico para el nuevo parque Ferrari Land, en el que se muestran imágenes virtuales de las instalaciones. Es objetivo de 2017 el lanzamiento de una página web específica de Ferrari Land con información de las atracciones, las tiendas, los espectáculos y los restaurantes, entre otros, así como la incorporación de funcionalidades para mejorar el impacto en los usuarios a través de vídeos y fotos.

Continuando la apuesta por los canales digitales, está previsto el lanzamiento de una nueva *app*, la cual incluirá un mapa del Resort con conexión a Google Maps que mostrará

las atracciones, los espectáculos, las tiendas y los hoteles, con información precisa a través del localizador del usuario.

Con el objetivo de mejorar el servicio al cliente, los proyectos digitales previstos para 2017-2018 permitirán realizar pagos a través de *smartphones* y *app* móviles, acceder al parque vía móvil, recargar las pulseras en puntos de recarga automática y disponer de conexión wifi. En 2016, se instaló en Caribe Aquatic Park un nuevo sistema de pago basado en pulseras *contactless*. Estas pulseras se pueden recargar con un importe determinado y sirven para pagar en todos los puntos de venta del parque acuático.

En 2016, PortAventura World recibió más de 11.000 comentarios en portales de opinión, principalmente en TripAdvisor. Aunque el volumen de visualizaciones ha aumentado un 16,5 %, se han registrado menos quejas que en 2015.



**+61 % de seguidores en las redes sociales respecto a 2015**



## Compromiso con la excelencia en seguridad

Es un compromiso firme y prioritario de PortAventura World implantar medidas estrictas en el ámbito de la seguridad, además de ser este un aspecto clave para la satisfacción de los clientes. El Resort garantiza la seguridad de las instalaciones, los servicios de restauración y el movimiento de personas, y aplica protocolos de actuación para casos de incidencias y emergencias, así como sistemas de seguimiento y control en los parques, los hoteles, el centro de convenciones, las actividades desplazadas del Resort y los servicios de restauración.

Desde 1994, la compañía dispone del Área de Seguridad, con una estructura que garantiza la seguridad las 24 horas, todos los días del año. Es el órgano encargado de coordinar la relación entre la empresa y las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado. Su finalidad es garantizar la protección de las personas, los bienes, los valores, los inmuebles y los negocios de la empresa, así como velar por el normal funcionamiento de los servicios. Para la vigilancia de las instalaciones, tiene contratado a personal de seguridad de una empresa debidamente homologada en el Registro de Empresas de Seguridad de la Dirección General de la Policía. Además, dispone de medios técnicos de protección activos y pasivos (contra actos antisociales, contra incendios y de protección).

Como órgano consultivo de la dirección de la compañía, el Comité de Gestión del Plan de Autoprotección es el órgano encargado de llevar a cabo la configuración, el desarrollo y la aplicación del Plan de Autoprotección en las instalaciones gestionadas por PortAventura World.

**En 2016, se lanzó un plan de inversión en seguridad que continuará en 2017**

### MEDIDAS DE SEGURIDAD



**Centro de control en funcionamiento las 24 horas del día durante los 365 días del año**



**Más de 400 cámaras en todo el Resort controladas por el centro de control**



**Un equipo formado por más de 85 empleados a tiempo completo, incluyendo personal interno y externo**



**119 Simulacros de emergencia realizados en 2016**



**0**

**Incidentes de seguridad en la temporada 2016**





# Seguridad exhaustiva de las atracciones e instalaciones

PortAventura World realiza diariamente las correspondientes revisiones e inspecciones de seguridad y funcionamiento de las atracciones durante la temporada en la que el Resort está abierto. A su vez, también se realiza una revisión semanal de las posibles incidencias (averías) para garantizar que las medidas adoptadas han sido las adecuadas. Además, cumpliendo escrupulosamente con la legislación española y europea aplicable, cuenta con una empresa de inspección independiente que realiza anualmente todos los ensayos no destructivos (NDT) de todas las atracciones, así como las pruebas funcionales anuales y las certificaciones:

- Certificación inicial de todas las atracciones realizada por TÜV SÜD antes de su apertura al público (EN 13184).
- Inspecciones anuales exhaustivas certificadas por SGS, entidad independiente autorizada por el Gobierno. Existe un manual de los procedimientos de mantenimiento de cada atracción certificado por la misma entidad.
- Inspecciones diarias realizadas de acuerdo con el manual de mantenimiento y los requerimientos aportados

durante la certificación inicial. La atracción no abre al público hasta que se realicen todos los ajustes, las inspecciones y las reparaciones requeridas.

- Certificación de los procedimientos y de los libros de mantenimiento de la atracción.
- Auditorías internas aleatorias durante las inspecciones diarias realizadas durante toda la temporada.
- Certificación de todas las atracciones sobre diseño, construcción, instalación y mantenimiento (EN 13814), incluyendo: RAP (Reglamento de Aparatos a Presión, por Bureau Veritas ECA), REBT (Reglamento Electrotécnico de Baja Tensión, por Bureau Veritas ECA), UNE-60-620 (Reglamento de Instalaciones Gas, por Bureau Veritas ECA), RAPQ anual (Reglamentación Almacenamiento Productos Químicos, por Bureau Veritas ECA), Angkor y parque acuático, protección anticaídas (líneas de vida) según la norma UNE-EN 795 (empresas externas homologadas). Adicionalmente, PortAventura World se está adaptando a la futura regulación internacional ISO 17842 en previsión de que sustituya a la vigente EN 13814.



Otro aspecto indispensable para garantizar la seguridad del visitante del parque es ofrecer información clara y concisa para el buen uso de las atracciones, como restricciones de uso en la entrada de cada atracción. Esta información la remite el fabricante y la revisa y valida la empresa de inspección independiente. Todos los visitantes están sujetos a las normas de funcionamiento de PortAventura Park y Caribe Aquatic Park.

Adicionalmente, PortAventura World, mediante la figura del *safety manager*, forma parte del Comité de Seguridad Europeo de la International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA), en cuyos foros se tratan temas normativos sobre seguridad de las atracciones, comunicación de accidentes o incidentes en parques y las acciones correspondientes, así como la accesibilidad de las instalaciones y la seguridad de los empleados.

## Garantía de seguridad alimentaria

PortAventura World cumple los estándares en materia de calidad y seguridad alimentaria, y tiene implantados sistemas de gestión para su control y seguimiento. En 2016, se consolidó el sistema de control y gestión de la información de alergias e intolerancias de los clientes, tanto en hoteles como en parques, y se ha reforzado la información en los servicios de mesa, donde se dispone de una carta específica para clientes celíacos que también informa del resto de alérgenos que contiene cada uno de los platos.

Para la próxima temporada, se prevé la implantación de un sistema de gestión de la seguridad alimentaria, de acuerdo con la norma ISO 22000, para certificar el Hotel El Paso en 2018. Esto implicará la estandarización en el control de los protocolos de seguridad alimentaria, además de la implantación de un sistema informático para el control de toda la documentación específica vinculada, lo cual facilitará su recopilación y consulta.

Con el objetivo de garantizar la implantación de los sistemas de seguridad alimentaria y de realizar un control y seguimiento para la mejora continua, se llevan a cabo

distintas auditorías internas (realizadas por personal propio de calidad de PortAventura World) y externas (realizadas por Baltasar Control, auditor especializado en el sector de la restauración):

- **Auditorías higiénico-sanitarias** para supervisar y evaluar el grado de implantación del sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control (APPCC).
- **Analíticas microbiológicas** de platos elaborados en los diferentes puntos de servicio.
- **Auditorías a proveedores** cuando se detectan no conformidades repetitivas o se tiene alguna evidencia de que se esté infringiendo la normativa higiénico-sanitaria vigente. En caso de que la auditoría no obtenga unos mínimos resultados, se procederá a la deshomologación del proveedor.



133  
Auditorías higiénico-sanitarias externas



287  
Auditorías higiénico-sanitarias internas



2  
Auditorías externas a proveedores







## Hábitos de alimentación saludable al alcance del cliente y atención a necesidades específicas

En distintos puntos de alimentación de PortAventura World, se hace referencia a la dieta mediterránea saludable y se ofrece la siguiente oferta:

- Brain Food, menú saludable para los participantes en eventos.
- Opciones vegetarianas.
- Oferta de fruta cortada y zumos.

Esta oferta se completa con una carta especial para personas con celiaquía. En concreto, existe el folleto «Comer sin gluten», que informa sobre los puntos de restauración (servicios de mesa, bufé y autoservicios) donde el cliente puede disfrutar de productos aptos para celíacos. Además, para las personas con otras alergias e intolerancias alimentarias, PortAventura World dispone de la guía «Dónde comer», que informa sobre cómo se trabaja en este sentido y el lugar donde deben dirigirse.

Los hoteles cuentan con un formulario que se manda al cliente en el momento de hacer la reserva con el objetivo de que informe de sus alergias con antelación. También disponen de un formulario similar para las reservas en

los restaurantes, además de otro formulario específico para acceder con alimentos al parque, para las personas con alergias más complicadas que realmente necesitan llevar su propia comida.

## Seguridad del *merchandising*

PortAventura World garantiza la seguridad de los artículos de *merchandising* dirigidos al público infantil, más allá de la legislación vigente en juguetes, marcado CE y etiquetaje, aplicándola a todos los artículos dirigidos a niños, sean juguetes o no (no es obligatorio para los artículos que no son juguetes), lo cual significa que estos productos son sometidos a ensayos de seguridad de juguetes según la norma europea UNE-EN 71 (partes 1-13):

- EN 71 - parte 1: Propiedades mecánicas y físicas.
- EN 71 - parte 2: Inflamabilidad.
- EN 71 - parte 3: Migración de ciertos elementos.

PortAventura World está asesorada por AIJU (Instituto Tecnológico especializado en juguete, producto infantil y ocio, ubicado en España e implantado también en China).





# Pasión por el cliente, un valor corporativo

Superar las expectativas de los clientes con la calidad y la excelencia de los servicios es un objetivo que persigue año tras año PortAventura World. Este compromiso responde a uno de los valores corporativos de PortAventura World: la pasión por el cliente. Así pues, la satisfacción del cliente es un aspecto crucial para la consecución de este objetivo.

La finalidad de las encuestas de satisfacción es identificar áreas de mejora y evaluar las acciones implantadas para dar una respuesta totalmente ajustada y afín a las necesidades y las expectativas de los clientes. Además, los resultados de estas encuestas son utilizados internamente por distintas áreas de la compañía, ya que la satisfacción del cliente es un aspecto estratégico para PortAventura World.

## SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

	2016
Valoración global del día en PortAventura Park (puntuación sobre 5)	4,22
Valoración global del día en Caribe Aquatic Park (puntuación sobre 5)	4,09
Valoración global de la estancia en los hoteles del Resort (puntuación sobre 5)	4,14
Valoración global del PortAventura Convention Centre (puntuación sobre 5)	3,98



### PORTAVENTURA PARK

4,22

(Puntuación sobre 5)

Valoración global de satisfacción en PortAventura Park, la mejor nota de los últimos 10 años

4,34

(Puntuación sobre 5)

El aspecto mejor valorado por los clientes son las atracciones

4,16

(Puntuación sobre 5)

El servicio proporcionado por los empleados es el tercer aspecto mejor valorado de entre los 20 ítems analizados

96 %

Clientes que probable o seguramente recomendarían PortAventura Park a amigos y familiares

89 %

Clientes que probable o seguramente volverán a visitar PortAventura Park

### HOTELES

4,14

(Puntuación sobre 5)

Valoración de los hoteles, la mejor nota de los últimos años junto con el 2013

75 %

Probable o seguramente volverán a alojarse en los hoteles del Resort

92 %

Clientes que probable o seguramente recomendarían alojarse en los hoteles del Resort a amigos y familiares

### CENTRO DE CONVENCIONES

87 %

Clientes que probable o seguramente recomendarían organizar un evento en PortAventura Convention Centre

33 %

Clientes que consideran que la experiencia fue mejor de lo esperado



# Fundación PortAventura, el corazón de la acción social



PortAventura World decidió crear la Fundación con el fin de canalizar e impulsar la acción social que la compañía desarrollaba como parte de la estrategia de responsabilidad corporativa. Los ejes de actividad de la Fundación tienen por objetivo mejorar la calidad de vida al mayor número posible de niños y jóvenes con enfermedades, con capacidades especiales y en riesgo de exclusión social. Sus actividades se materializan a través de cuatro vías:

- **Jornadas solidarias en PortAventura Park** para sensibilizar a nuestros visitantes y recaudar fondos para otras entidades.

- **Eventos propios de captación de fondos** para promover proyectos solidarios.

- **Accesibilidad al ocio.** Ha facilitado el acceso a PortAventura World a más de 23.000 niños en estos 5 años.

- **Aportaciones directas a proyectos.**

La Fundación PortAventura obtiene los recursos necesarios para desarrollar su actividad principalmente de la aportación de PortAventura World, que anualmente destina el 0,7 % de sus beneficios a este fin.



979  
miles €  
**Contribución de  
PortAventura  
World a la  
Fundación**

1,4  
millones €  
**Destinados a  
proyectos de la  
Fundación<sup>1</sup>**

## INVERSIÓN EN ACCIÓN SOCIAL

	2014	2015	2016
Aportación total (miles de euros)	717	1.160	1.203
Aportaciones no monetarias	Importe (miles de euros)	547	503
	Entidades beneficiarias	175	188
Aportaciones monetarias	Importe (miles de euros)	170	657 <sup>2</sup>
	Entidades beneficiarias	8	11

## DISTRIBUCIÓN DE LAS AYUDAS (MONETARIAS Y NO MONETARIAS) POR COLECTIVO BENEFICIADO (MILES DE EUROS)

	2015	2016
Enfermedades	904	805
Capacidades especiales	106	200
Exclusión social	150	198

(1) Incluye las ayudas monetarias y no monetarias más los gastos aplicados a eventos solidarios.  
(2) Incremento de las aportaciones monetarias con motivo del medio millón de euros donados al proyecto del Hospital Sant Joan de Déu (proyecto de un total de 3 millones de euros).





# Jornadas solidarias en PortAventura Park



**Fiesta del Corazón. Fundación PortAventura, Fundación SHE y AACIC-CorAvant (4.ª edición)**  
Un total de 2.353 personas se reunieron en PortAventura Park a beneficio de la Fundación SHE, la cual aspira a un mundo donde los niños, jóvenes y adultos tengan la capacidad de actuar positivamente sobre su salud. El dinero recaudado mediante la venta de entradas solidarias se destinó al programa «Sí!», que se lleva a cabo en diferentes escuelas. La otra entidad beneficiaria, AACIC-CorAvant, destinó el dinero a la atención psicosocial de niños y jóvenes con cardiopatía congénita y sus familias a fin de mejorar su día a día.



**«Posa't la gorra». Fundación PortAventura y Asociación de Familiares y Amigos de Niños Oncológicos de Cataluña (AFANOC) (14.ª edición)**  
Los 10.000 asistentes a la cita demostraron que la campaña está firmemente consolidada. El dinero conseguido mediante la venta de entradas solidarias, se destinó, un año más, a mantener los servicios de la delegación de Tarragona y a nuevos proyectos para mejorar la Casa dels Xuklis, una casa de acogida para todas las familias que deben desplazarse de sus poblaciones de origen para recibir tratamiento en los principales hospitales de Barcelona.



**«Un día sin gluten». Asociación de Celiacos de Cataluña (9.ª edición)**  
PortAventura Park acogió a más de 4.500 miembros de la asociación y a sus familiares y amigos, que pudieron disfrutar de una jornada lúdica en familia y con la seguridad de menús y productos sin gluten. También es objetivo del evento sensibilizar a la sociedad sobre esta intolerancia.



**«Petits valents». Fundación PortAventura y Hospital Sant Joan de Déu (2.ª edición)**  
Coincidiendo con el Día Internacional de la Infancia, cerca de 1.000 personas celebraron en las instalaciones de PortAventura World una jornada lúdica y solidaria homenajeando a todos los pequeños valientes que enfrentan con coraje la vida diaria de este hospital pediátrico.



**«Fent amics». Fundación PortAventura y Down Catalunya (8.ª edición)**  
Alrededor de 7.200 personas participaron en la fiesta solidaria que ofreció a todos los asistentes una jornada de entretenimiento y la oportunidad de disfrutar del parque con amigos y familiares, además de ayudar a recaudar fondos en beneficio de Down Catalunya y las siete entidades que la integran.



**«Somriu per la infància». Fundación PortAventura y Federación de Entidades de Atención y de Educación a la Infancia y la Adolescencia (FEDAIA)**  
Este evento busca sensibilizar a la sociedad sobre la necesidad de garantizar la igualdad de oportunidades en la infancia, la adolescencia y la juventud. Con un precio especial de las entradas a PortAventura Park, la recaudación se destina a proyectos sociales impulsados por la Federación.



## Inauguración del parque infantil con las áreas temáticas de PortAventura World en el Hospital Sant Joan de Déu

En 2014, la Fundación PortAventura y el Hospital Sant Joan de Déu firmaron un acuerdo para la construcción de la nueva UCI pediátrica del centro hospitalario. Desde entonces, el proyecto sigue avanzando a buen ritmo para su inauguración en 2018.

El acuerdo con el Hospital Sant Joan de Déu incluía acercar el espíritu de PortAventura World al centro. Así pues, se ha inaugurado una zona de juegos que circunda dos de los edificios del hospital, dividida en tres ámbitos: Mediterrània, Polynesia y China, en los que los niños podrán jugar con Woody. Los personajes de Barrio Sésamo también tienen su presencia dentro del hospital en forma de figuras con las que los pequeños se divierten mientras transitan por el hospital.

Además, los personajes de PortAventura World aportan su grano de arena para animar la estancia de los niños ingresados. Woody y los personajes de Barrio Sésamo, como Elmo, Coco o el Monstruo de las Galletas, visitan periódicamente a los niños en sus habitaciones.

En motivo de la inauguración del parque infantil, los empleados de PortAventura World fueron invitados a visitar las nuevas instalaciones del hospital, con el objetivo de acercar la Fundación a este colectivo.



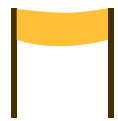
## Eventos propios de captación de fondos

### Carrera solidaria. Fundación PortAventura (5.ª edición)

Esta edición estrenó el nombre de Fun Run PortAventura, además de un circuito íntegro por el parque. Los beneficios obtenidos con las inscripciones en las diferentes modalidades de carrera han sido destinados a la Asociación Down Tarragona, con el objetivo de mejorar la integración y la calidad de vida de las personas con síndrome de Down.

### Torneo de Golf. Fundación PortAventura (2.ª edición)

Celebrado en el Campo Hills del Lumine Golf Club, el evento reunió a empresas y particulares de todos los sectores. La recaudación se destinó a proyectos solidarios de la Fundació Bonanit y la Fundació Enriqueta Villavecchia, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las personas sin techo de Tarragona, así como de los niños y jóvenes enfermos y sus familias.



+2.000

Corredores



20.160 €

Donación



10.036

Beneficiarios en 2016

## Accesibilidad al ocio

Se realiza directamente en centros destinados a la ayuda y la mejora de la calidad de vida de niños y adolescentes hasta los dieciocho años, mayoritariamente del territorio, con especial atención a aquellos con programas destinados al apoyo de los niños con enfermedades graves o en situación de riesgo de exclusión social.

## Aportaciones directas a proyectos

### Kit Alimentos, municipio de Vila-seca

La Fundación PortAventura colabora con el servicio de asistencia social de la Concejalía de Bienestar Social del Ayuntamiento de Vila-seca. Los voluntarios elaboran paquetes de alimentos para familias en riesgo de exclusión social. En 2016, se estima que se ayudó a alrededor de 80 familias al mes.

### #GivingTuesday. Fundación PortAventura y Cruz Roja

Se trata de una campaña de recogida de juguetes destinados a los niños y niñas que no pueden permitírselos. Durante dos semanas los empleados de PortAventura World colaboraron donando juguetes nuevos que no fuesen ni bélicos ni sexistas.

### Ningún niño sin bigote. Fundación PortAventura y Grupo Miquel

En favor del Banco de Alimentos, la Obra Social "la Caixa" impulsó esta causa solidaria de recogida de leche, a la que se unió PortAventura World. La Fundación coordinó la recaudación, en la que participaron tanto empleados de PortAventura World como del Grupo Miquel. La donación, distribuida por el Banco de Alimentos de Tarragona, permitió cubrir el consumo de leche de unos 300 niños durante la temporada estival.

### Proyecto Teaming 2016

PortAventura World ofrece a sus empleados y a las nuevas incorporaciones la posibilidad de presentar proyectos soli-

darios y donar, voluntariamente, 1 euro de su nómina a este programa. Por cada euro donado, la Fundación PortAventura aporta 2 euros más. Cada año, hay dos proyectos finalistas, los cuales son elegidos mediante votación. En esta edición, las entidades beneficiarias fueron la Asociación Catalana de las Neurofibromatosis (ACNefi) y la Fundación Andrés Marcio, que lucha contra la laminopatía. Los fondos recaudados se dedicaron, a partes iguales, a la investigación de estas dos enfermedades minoritarias.

**Objetivo 2017-2018:**  
**Incrementar un 3 %**  
**la participación de**  
**los empleados en el**  
**proyecto Teaming**

## Cena Solidaria. Fundación PortAventura (6.ª edición)

El evento celebrado en el PortAventura Convention Centre reunió a 1.200 comensales, que consiguieron superar la cifra de recaudación de años anteriores, la cual se destinó a mejorar la calidad de vida de niños y adolescentes con parálisis cerebral, con discapacidad intelectual o en situación de pobreza. Repartida a partes iguales, las asociaciones beneficiarias fueron la Asociación Provincial de Parálisis Cerebral (APPC), la Fundación Formació i Treball y la entidad Taller Baix Camp.

Con el objetivo de aumentar el vínculo de los empleados de PortAventura World con la Fundación, esta aportó el 50 % de la donación de cada uno de ellos.



85.302 €

de donación







## COMPROMISOS AMBIENTALES



# Un rol activo en favor de la protección del medio ambiente



Para una información más detallada del desempeño ambiental de PortAventura, puede consultar la *Declaración ambiental de 2016* en la web [www.portaventuraworld.com/medio-ambiente](http://www.portaventuraworld.com/medio-ambiente).

## Un sistema de gestión ambiental para la mejora continua

Para una empresa con vocación sostenible como PortAventura World, el respeto por el medio ambiente es un requisito ineludible, que se materializa a través de la Política Medioambiental y las Prácticas Generales Medioambientales y se integra en la gestión mediante las siguientes certificaciones y reconocimientos:

- Desde 2001, registro EMAS (Eco Management and Audit Scheme) y, desde 2008, miembro del Club EMAS de Cataluña.
- Desde 2003, distintivo de garantía de calidad ambiental del Departamento de Medio Ambiente y Vivienda de la Generalitat de Catalunya para sus hoteles.
- Desde 2007, certificación ISO 14001:2004.
- Desde 2009, sistema de sostenibilidad de Travelife: turismo sostenible en hoteles.

La gestión medioambiental en PortAventura World es transversal y se hace efectiva a través de los siguientes órganos:

- Comité de Dirección, jefes y responsables de área, quienes toman las decisiones en materia de gestión ambiental dentro del Resort, a propuesta del Representante del sistema de gestión medioambiental (RSGMA).
- Representante del sistema de gestión medioambiental (RSGMA), directivo que actúa de nexo con el Comité de Dirección.
- Comité Medioambiental o Equipo Verde, grupo de trabajo integrado por personal de los diferentes departamentos de la empresa. Sus funciones son liderar las iniciativas medioambientales, hacer cumplir los sistemas de gestión y las normativas implantadas, supervisar los resultados alcanzados y establecer nuevos objetivos. Este comité se reúne cada tres meses e informa al Comité de Dirección.

Periódicamente, PortAventura World lleva a cabo auditorías medioambientales, las cuales constituyen el instrumento de gestión, que consiste en una evaluación sistemática y objetiva de la eficacia de la organización, el sistema de gestión y los procedimientos destinados a la protección del medio ambiente.

6

Auditorías internas

3

Auditorías externas





PRINCIPALES IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES



Consumo de AGUA  
Consumo de ENERGÍA  
Consumo de MATERIALES



Generación de RESIDUOS  
Generación de AGUAS RESIDUALES



EMISIONES  
a la atmosfera



Afectación a la  
BIODIVERSIDAD

Compartir el  
compromiso ambiental

PortAventura World mantiene una actitud proactiva en la sensibilización medioambiental de visitantes y empleados, que se hace efectiva con el desarrollo de acciones de comunicación y formación ambiental dirigidas a ambos colectivos.

Dirigidas a visitantes

- Divulgación del compromiso de responsabilidad corporativa en los canales de televisión internos de los hoteles.
- Nuevos contenedores de reciclaje interiores en el Hotel PortAventura y el Hotel Gold River.
- Inclusión de mensajes informativos en el mantel de autoservicio de restauración, así como en los folletos Welcome de los hoteles.
- Ubicación de un tótem en los bufés de los hoteles con la imagen del personaje Óscar de Barrio Sésamo transmitiendo mensajes sobre el despilfarro alimentario y animando a los más pequeños a compartir esta iniciativa.

Dirigidas a los empleados

- Puesta en marcha del servicio de E-Nómina para el envío por correo electrónico de la nómina.
- Comunicación del compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, de los reconocimientos o certificaciones medioambientales y de la puesta en marcha del Comité de Responsabilidad corporativa.

- Publicación de documentos corporativos en materia de medio ambiente y divulgación del *Manual de buenas prácticas medioambientales* y de la infografía de responsabilidad corporativa de PortAventura World.
- Plataforma de formación como tecnología alternativa y respetuosa con el medio ambiente.
- Nuevo Plan de Formación.
- Incorporación en la formación corporativa inicial de bienvenida del apartado «Comprometidos con el medio ambiente».
- Comunicaciones de sensibilización con motivo de fechas medioambientalmente relevantes (por ejemplo, el Día Internacional del Agua) y sobre el despilfarro alimentario (carteles en los comedores con el lema «Comer bien no tiene desperdicio»).

Avances en la oferta de eventos sostenibles

En 2016, PortAventura Business & Events trabajó en la elaboración de un manual de eventos sostenibles del centro de convenciones, que incluirá los servicios que el cliente puede contratar si opta por un evento ambientalmente responsable. Además, las instalaciones, tanto del centro de convenciones como de los hoteles y el parque temático, están preparadas para reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>, prevenir, y minimizar y reciclar los residuos. Otras medidas que contribuyen a la sostenibilidad de los eventos son la utilización de materiales reciclados y reutilizables, la iluminación de bajo consumo, el uso de documentación digital, la integración en el entorno con plantación de especies autóctonas o la preparación de menús (Brain Food) con productos ecológicos y locales.

Control eficiente y  
optimización del consumo  
de recursos

Agua

El consumo de agua es uno de los principales impactos ambientales de PortAventura World, además de ser un recurso fundamental para el funcionamiento y la tematización del Resort. El objetivo es controlar y reducir el consumo a través de medidas como las pruebas de estanquidad, el riego automático en los parques, los equipos de fontanería con sistemas de ahorro y el control de fugas potenciales.

Principales acciones de mejora en 2016

- Instalación de microdifusores en grifos de los baños del área de Mediterrània de PortAventura Park para disminuir el caudal.
- Instalación de contadores de telelectura del consumo de agua potable en los hoteles PortAventura, Gold River, El Paso y Caribe con el fin de aumentar el control de consumos.



21 %

Disminución del consumo de agua recreativa y para el baño por cada 1.000 pernoctaciones en hoteles respecto a 2015







14 %

Disminución del agua para el consumo humano por cada 1.000 visitas en parques respecto a 2015

CONSUMO ANUAL DE AGUA SEGÚN ORIGEN Y UTILIDAD (m³)

	2014	2015	2016
<b>Agua procedente del suministro municipal</b>	<b>759.802</b>	<b>786.395</b>	<b>768.652</b>
Agua para el consumo humano (utilizada en restaurantes, aseos, higiene personal, limpieza, etc.)	440.618	492.730	455.820
PortAventura Park / Caribe Aquatic Park	273.322	324.326	275.969
Hoteles	166.444	167.475	179.106
PortAventura Convention Centre	852	929	745
Agua recreativa y para el baño	318.663	291.055	311.638
PortAventura Park / Caribe Aquatic Park	195.510	159.195	206.417
Hoteles	123.153	131.860	105.221
Agua para el riego¹	521	2.610	1.194
PortAventura Park / Caribe Aquatic Park	465	1.856	1.040
Hoteles	56	754	154
<b>Aguas residuales procedentes de EDAR</b>	<b>192.880</b>	<b>187.363</b>	<b>265.396</b>
Agua regenerada para riego²	192.880	187.363	265.396
PortAventura Park / Caribe Aquatic Park	128.864	107.928	170.206
Hoteles	59.600	70.293	76.049
PortAventura Convention Centre	4.416	9.142	19.141
<b>Total</b>	<b>952.682</b>	<b>973.758</b>	<b>1.034.048</b>
<b>Consumo total de agua en PortAventura World (m³ por cada 1.000 visitas-pernoctaciones y año)</b>	<b>0,20</b>	<b>0,20</b>	<b>0,21</b>

Los datos proceden de mediciones directas de contadores.

¹ Cuando el agua procedente de la EDAR (Estación Depuradora de Aguas Residuales) no es apta para el riego de los parques y los jardines, ya sea por su contaminación microbiológica o por los niveles de concentración de sales, se deben utilizar fuentes de consumo alternativas para garantizar la supervivencia de las especies vegetales. En este caso, el consumo está totalmente condicionado por la calidad de las aguas enviadas por la EDAR de Vila-seca y Salou.

² Son aguas residuales depuradas sometidas a un proceso de tratamiento que permite adecuar su calidad para determinados usos, como el riego. El agua regenerada reutilizada en PortAventura World procede del tratamiento terciario de la EDAR de Vila-seca y Salou.

El Resort dispone de una red de aguas que separa las aguas residuales de las pluviales, lo que permite aprovechar parte de la lluvia. Es el caso del lago principal de PortAventura Park, que recoge prácticamente la totalidad de los sistemas pluviales del parque.



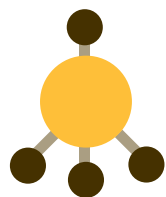


Energía

PortAventura World dispone de un sistema de gestión de la energía que se controla desde un ordenador central. Este sistema centraliza autómatas programables (PLC), responsables del control de los principales consumidores energéticos distribuidos por las instalaciones del parque y los hoteles. También dispone de recursos para ahorrar energía eléctrica y mitigar, así, la huella ecológica del Resort. Algunos de estos recursos son las bombillas de bajo consumo/LED y el control de consumos eléctricos mediante sistema informático. Los hoteles también incluyen llave de conexión para disponer de energía en la habitación, desconexión del aire acondicionado al abrir la ventana, etc.

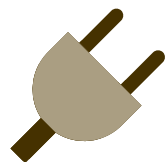
Principales acciones de mejora en 2016

- Cambio de luminarias a LED en el Hotel El Paso y en la tienda Records de PortAventura en Mediterrània.
- Instalación de detectores de presencia en salas técnicas del parque y los hoteles.
- Mejoras en los horarios de iluminación y climatización a través de una programación semanal en centros de restauración y hoteles, así como en diferentes unidades (Captain's refuge, The Iron Horse, Jeremias' Food y la sala de la piscina del Hotel Gold River).
- Mejora de los cerramientos en la tienda Records de PortAventura en Mediterrània y del aislamiento de la cubierta de La Cantina.



13 %

Disminución del consumo de gas natural por cada 1.000 visitas en PortAventura Park y Caribe Aquatic Park respecto a 2015



8 %

Disminución del consumo de electricidad por cada 1.000 visitas en PortAventura Convention Centre respecto a 2015

*El 100 % de la electricidad consumida en PortAventura World en 2016 procede exclusivamente de fuentes de energía renovable libre de emisiones de CO<sub>2</sub> (Garantía de Origen)*







CONSUMO ANUAL DE ENERGÍA (MWh)

	2014	2015	2016
<b>Electricidad</b>	<b>35.023</b>	<b>36.682</b>	<b>36.211</b>
PortAventura Park / Caribe Aquatic Park	22.102	22.341	22.223
Hoteles	11.181	12.634	12.584
PortAventura Convention Centre	1.740	1.707	1.405
<b>Gas natural</b>	<b>7.153</b>	<b>7.817</b>	<b>8.544</b>
PortAventura Park / Caribe Aquatic Park	1.861	1.950	1.670
Hoteles	5.275	5.844	6.849
PortAventura Convention Centre	17	23	24
<b>Otros</b>	<b>1.277</b>	<b>1.354</b>	<b>1.116</b>
Carburantes	1.129	1.290	1.032
Gas propano	148	64	84
<b>Total</b>	<b>43.453</b>	<b>45.853</b>	<b>45.871</b>

CONSUMO ANUAL DE ENERGÍA (MWh por cada 1.000 visitas-pernoctaciones y año)

	2014	2015	2016
<b>Electricidad</b>	<b>7,46</b>	<b>7,36</b>	<b>7,32</b>
PortAventura Park / Caribe Aquatic Park	5,95	5,67	5,70
Hoteles	12,20	13,13	12,88
PortAventura Convention Centre	26,97	20,99	19,39
<b>Gas natural</b>	<b>1,52</b>	<b>1,57</b>	<b>1,73</b>
PortAventura Park / Caribe Aquatic Park	0,50	0,49	0,43
Hoteles	5,75	6,07	7,01
PortAventura Convention Centre	0,26	0,28	0,33
<b>Total</b>	<b>8,98</b>	<b>8,93</b>	<b>9,05</b>

Para fomentar la movilidad sostenible dentro del Resort, en 2016 se han adquirido cuatro *buggies* eléctricos para el transporte interno y se ha incentivado a las subcontra-

tistas a usar vehículos eléctricos mediante cesión gratuita de la energía eléctrica en los puntos de carga.



# Valorización de los residuos y calidad de las aguas residuales

## Residuos

Desde su apertura, PortAventura World ha incrementado progresivamente la cantidad de fracciones de residuos segregadas en origen. De acuerdo con el objetivo de minimización de la generación de residuos, se trabaja con empresas contratistas y personal propio en el reciclaje y el buen uso de los materiales de trabajo. La valorización sigue siendo la principal vía de gestión para los residuos frente al tratamiento o la deposición.

### Principales acciones de mejora en 2016

- Cambio de los envases de productos de limpieza en el área de restauración a bag-in-box para disminuir el volumen de residuo de envase contaminado.
- Reutilización de materiales mediante la donación a entidades sociales de material en desuso (por ejemplo, del material procedente de la renovación de mobiliario en hoteles).
- Mejora de la identificación de las papeleras para facilitar la segregación de los residuos por parte de los clientes.
- Reducción del residuo orgánico procedente del despilfarro de comida mediante acciones de sensibilización a clientes y empleados.
- Disminución del residuo de aguas con resto de grasas comestibles durante el proceso de recogida de este residuo separando al máximo el agua y la grasa.

CANTIDAD DE RESIDUOS GENERADOS (t)

	2014	2015	2016
Residuos no peligrosos	3.447	3.557	3.522
Residuos peligrosos	25	49	23
Total	3.472	3.606	3.545

**Objetivo 2017-2018:**  
**Disminuir en un 0,5 % la cantidad de residuo generado al año (t/millón de visitas) con respecto al anterior en el conjunto de las instalaciones**



0,72 t

Residuos generados por cada 1.000 visitas

39

Fracciones de residuos segregadas

1,7 %

Disminución del total de residuos generados respecto a 2015

53 %

Disminución de los residuos peligrosos generados respecto a 2015

93 %

Residuos valorizados

## MÉTODOS DE GESTIÓN DE LOS RESIDUOS

	2016
Gestión a través de un centro de recogida y transferencia	1,85 %
Compostaje	15,04 %
Reciclaje de papel y cartón	11,52 %
Reciclaje y recuperación de metales y compuestos metálicos	2,62 %
Reciclaje de vidrio	2,16 %
Reciclaje de plásticos	52,05 %
Deposición de residuos inertes	4,53 %
Reutilización en la construcción	4,42 %
Reciclaje y reutilización de maderas	2,95 %
Regeneración de disolventes	0,02 %
Recuperación de productos alimentarios	0,75 %
Deposición de residuos no especiales	1,35 %
Tratamiento físico-químico y biológico	0,54 %
Recuperación de cables	0,16 %
Regeneración de aceites minerales	0,05 %

Aunque porcentualmente el valor de los residuos peligrosos frente a los no peligrosos no ha variado, en el 2016 hubo una disminución del 53 % en la cantidad de residuos peligrosos generada respecto a 2015.

## Aguas residuales

Cerca del 100 % del agua utilizada para el consumo humano en PortAventura World se transforma en agua residual. En el caso del agua consumida para uso recreativo y el baño, solo un pequeño porcentaje se vierte como agua residual tras el lavado con filtros.

Todas las aguas residuales generadas en el Resort se conducen por una red de alcantarillado hasta la Estación Depuradora de Agua Residual (EDAR) de Vila-seca y Salou, en la cual concluye un tratamiento terciario que regenera el agua para su uso como agua de riego en el Resort, e incluso en algunos parques y jardines del municipio de Vila-seca. Cada tres meses, se realizan controles internos voluntarios de la calidad de las aguas vertidas, que permiten disponer de datos para promover actuaciones de mejora en caso de ser necesarias.





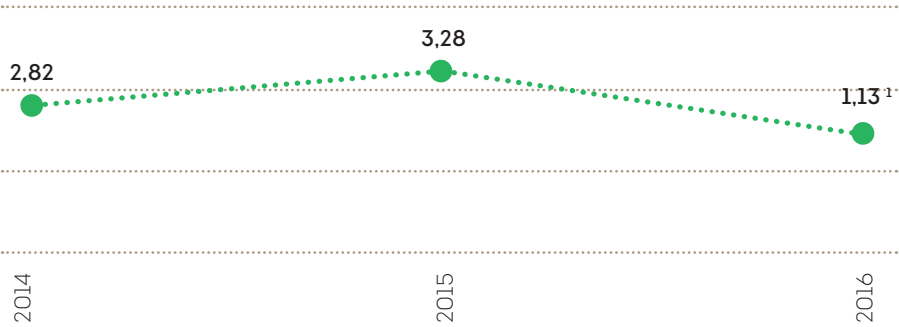
# Control de la huella de carbono y mitigación del cambio climático

Aunque la actividad desarrollada por PortAventura World no genera emisiones significativas de gases de efecto invernadero, se controla su contribución al calentamiento global, ocasionada principalmente por el consumo de recursos. Cada tres años se realizan mediciones de emisión de contaminantes de las locomotoras de los trenes de vapor de gasóleo, de las calderas de calefacción y agua caliente de gas natural, y de la carpintería y la pintura. En el caso de

los vehículos de motor y la combustión de gas natural en el Templo del Fuego y FiestAventura, las emisiones son difusas y se gestionan mediante el control de los consumos.

Desde 2008, PortAventura World calcula su huella de carbono y ha ampliado en los últimos años las emisiones de alcance 3.

EMISIONES ANUALES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO  
(t de CO<sub>2</sub> por 1.000 visitas-pernoctaciones y año)



(1) En 2016, las emisiones indirectas asociadas al consumo de electricidad es de 0 toneladas CO<sub>2</sub>/kWh, debido a que el 100 % del suministro procede exclusivamente de fuentes de energía renovable libre de emisiones de CO<sub>2</sub>, Garantía de Origen (GdO).  
Fuentes: Para el cálculo de la estimación de las emisiones de gases de efecto invernadero expresadas en toneladas de CO<sub>2</sub>, se han tenido en cuenta las emisiones fugitivas de gases fluorados procedentes de los equipos de refri-

geración, las misiones derivadas del transporte de flota propia y de la combustión de combustibles (emisiones directas, alcance 1), el consumo de electricidad (emisiones indirectas, alcance 2), el tratamiento de residuos municipales y el consumo de agua potable para los años 2015 y 2016 (otras emisiones indirectas, alcance 3). Versión de marzo de 2017 de la *Guia práctica per al càlcul d'emissions de gasos amb efecte hivernacle (GEH)*.

**Para reducir su huella de carbono, PortAventura World consume electricidad procedente de fuentes de energía renovable libre de emisiones de CO<sub>2</sub> (Garantía de Origen)**

# Protección de las especies, sensibilización e implicación

Tras la ampliación en 2014 de núcleo zoológico a parque zoológico, PortAventura World contribuye de forma más activa a la conservación y la sensibilización de la biodiversidad. Focalizándose en las aves, además de desarrollar acciones de divulgación de la biodiversidad de las aves que forman parte del espectáculo *Aves del Paraíso* en sus instalaciones, también colabora con la Fundación Barcelona Zoo en el desarrollo de proyectos conjuntos de conservación e investigación de estas especies. En este marco de colaboración, se llevó a cabo el proyecto de conservación del guan alabanco en Perú en 2014 y el proyecto de conservación del quebrantahuesos en 2015 y 2016.

## Implicación con el proyecto de conservación de la población de quebrantahuesos de Córcega

El quebrantahuesos (*Cypaetus barbatus*) es una especie que, tanto en Francia como en todo el ámbito europeo, está catalogada en la categoría más crítica y clasificada como en peligro de extinción. En este contexto, se desarrolla un proyecto cuyo objetivo es prevenir la desaparición de una de las últimas poblaciones autóctonas europeas, que se encuentra en la isla de Córcega. Para ello, el proyecto consiste en seis puntos esenciales:

- 1. Aumentar el éxito reproductor de la población salvaje con alimentación suplementaria.
- 2. Incorporar ejemplares corsos en el Programa Europeo de Cría en Cautividad (EEP).

- 3. Liberar posteriormente pollos procedentes del EEP.
- 4. Monitorizar la población salvaje mediante marcaje GPS.
- 5. Mejorar los recursos tróficos naturales, promoviendo la ganadería extensiva e incrementando la población de muflón a través de la cría en cautividad.
- 6. Divulgar y sensibilizar mediante una campaña dirigida a la población local para concienciarla de la importancia de la conservación del quebrantahuesos en Córcega.



ESPECIES INCLUIDAS EN LA LISTA ROJA DE LA UNIÓN INTERNACIONAL PARA LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA (2016)

Nombre común	Nombre científico	Familia	Nivel de peligro de extinción
Loro de nuca amarilla	<i>Amazona auropalliata</i>	Psittacidae	Vulnerable
Guacamayo	<i>Ara ararauna</i>	Psittacidae	Preocupación menor
Guacamayo rojo	<i>Ara chloropterus</i>	Psittacidae	Preocupación menor
Cotorrita del sol	<i>Aratinga solstitialis</i>	Psittacidae	En peligro
Grulla coronada	<i>Balearica pavonina</i>	Gruidae	Vulnerable
Cacatúa	<i>Cacatua galerita</i>	Cacatuidae	Preocupación menor
Casuario	<i>Casuarus casuarius</i>	Casuariidae	Vulnerable
Cálao de mejillas plateadas	<i>Bycanistes brevis</i>	Bucerotidae	Preocupación menor
Cucaburra común	<i>Dacelo novaeguineae</i>	Alcedinidae	Preocupación menor
Loro eclecto	<i>Eclectus roratus</i>	Psittacidae	Preocupación menor
Cacatúa galah	<i>Eolophus roseicapilla</i>	Cacatuidae	Preocupación menor
Marabú africano	<i>Leptoptilos crumeniferus</i>	Ciconiidae	Preocupación menor
Harris	<i>Parabuteo unicinctus</i>	Accipitridae	Preocupación menor
Zopilote rey	<i>Sarcoramphus papa</i>	Cathartidae	Preocupación menor
Turaco de mejillas blancas	<i>Tauraco leucotis</i>	Musophagidae	Preocupación menor







## COMPROMISOS ECONÓMICOS



# Expansión y rentabilidad para garantizar la perdurabilidad del negocio



## Crecimiento con impacto económico positivo

El ejercicio 2016 ha estado marcado por la continua mejora del entorno económico y financiero a escala nacional y por un comportamiento positivo en los mercados internacionales, incluyendo el aumento de visitas del mercado británico y francés, así como la consolidación de la recuperación del mercado nacional. De este modo, el Grupo PortAventura ha logrado mejorar sus principales indicadores económico-financieros y de negocio respecto al ejercicio 2015.

*PortAventura World se adapta a las nuevas Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)*

*En 2016, PortAventura World supera por primera vez los 200 millones de euros de facturación*

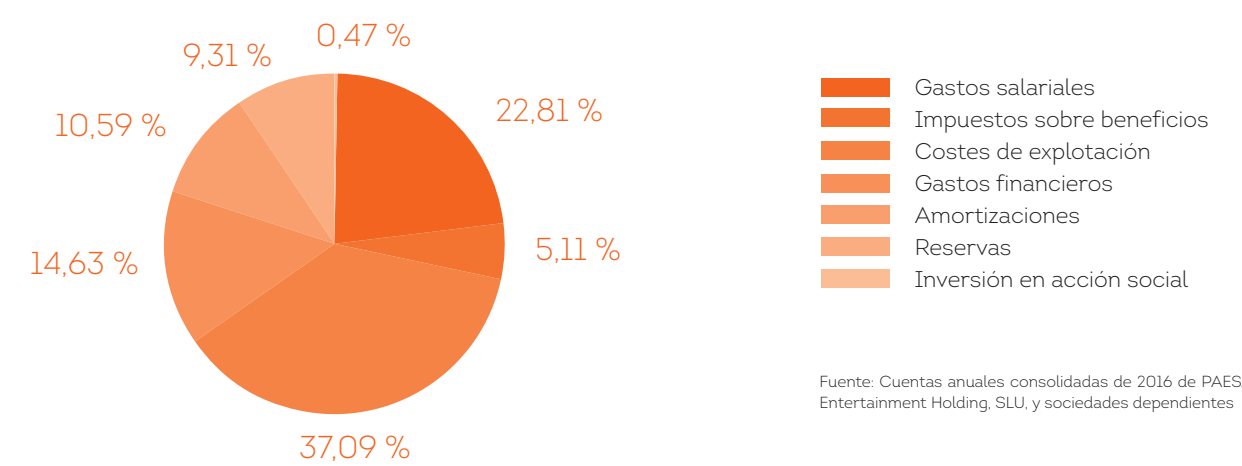
### PRINCIPALES MAGNITUDES (MILES DE EUROS)

	2014	2015	2016
<b>Magnitudes de balance</b>			
Activo no corriente	913.867	934.196	968.483
Activo corriente	31.939	19.802	27.320
Patrimonio neto y pasivo	945.806	953.998	995.803
Pasivo corriente y no corriente	500.990	492.577	515.062
<b>Magnitudes de la cuenta de resultados</b>			
Facturación equivalente	194.682	191.160	203.055

Nota: Los datos de 2014 y 2015 se han reexpresado debido a la adaptación a las nuevas Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).



### ESTADO DEL VALOR AÑADIDO 2016





## Nuevos proyectos e inversiones de futuro

PortAventura World sigue una estrategia de expansión con importantes inversiones para mejorar la oferta a sus clientes. Al mismo tiempo, apuesta por la internacionalización, con una afluencia cada vez mayor de visitas procedentes de distintos países europeos. Abierto cerca de 300 días al año, el centro de convenciones tendrá un crecimiento decisivo durante los meses de temporada baja por la influencia de Ferrari Land.

La apertura de Ferrari Land será un acelerador del crecimiento, puesto que puede suponer un incremento de cerca de un millón de visitas con estancias más largas. Los objetivos son atraer al público familiar y ser un punto de referencia para un nuevo público, los fans de la Fórmula 1. El nuevo parque tiene un papel importante en la internacionalización del Resort, al ser un polo de atracción para visitantes de países europeos como Italia, Reino Unido e Irlanda.

***Ferrari Land  
convertirá  
PortAventura  
World en un destino  
vacacional de  
referencia mundial  
por su oferta de tres  
parques temáticos  
en un único resort***



## Calentando motores para la apertura de Ferrari Land

Ferrari Land ha sido diseñado para vivir la verdadera emoción del mito Ferrari. El nuevo parque, que ocupará 70.000 m², contará con 11 atracciones destinadas a toda la familia, con un gran componente de tecnología y adrenalina. Además de las apasionantes atracciones, los visitantes podrán disfrutar de restaurantes, tiendas y espectáculos con todo el espíritu de Ferrari.

Gracias a la cuidada tematización del parque, los visitantes del Resort podrán vivir el espíritu de Ferrari Land a través de su homenaje al patrimonio artístico italiano, ya que se han plasmado edificios icónicos como el Campanile de Venecia, el teatro de la Scala de Milán o el Coliseo romano. El parque es, a su vez, un tributo al genio Enzo Ferrari, al estilo de vida que creó y a sus icónicos coches de color *rosso corsa*, símbolos de la velocidad, la tecnología y la innovación.

El nuevo parque estará presidido por el espectacular edificio principal de Ferrari Experience, el corazón de Ferrari Land, que representa el frontal del mítico modelo LaFerrari.

Será un espacio donde toda la familia podrá vivir una experiencia inmersiva en los dos mundos de la marca italiana: el mundo GT y la F1, a través de dos atracciones tecnológicamente muy innovadoras.

La experiencia F1 estará representada en la atracción Racing Legends, un teatro de tipo *omnimax*, con una cúpula envolvente, en la que los visitantes se sentirán como pilotos conduciendo un potente Ferrari por las calles de Roma, por los circuitos más conocidos del mundo o por escenarios futurísticos imposibles. Por otro lado, la experiencia GT llegará de la mano de Flying Dreams, una atracción de tipo *flying theatre* que hará volar a los visitantes alrededor del mundo a bordo de un Ferrari GT. Ambas atracciones son aptas para niños.

También en el interior de Ferrari Experience se podrá visitar Ferrari Gallery, un espacio para disfrutar de un viaje interactivo y descubrir los detalles de la historia de la mítica marca y de su escudería.

## EMOCIONES FUERTES PARA TODA LA FAMILIA

Red Force, el acelerador vertical más alto y más rápido de Europa, coronará el *skyline* del parque. Esta atracción, con una aceleración que permitirá alcanzar los 112 metros de altura y los 180 km/hora en solo 5 segundos, constituirá toda una experiencia para los amantes de la velocidad y la Fórmula 1.

También se podrá disfrutar del circuito de carreras Maranello Grand Race, un divertido recorrido en bólidos GT de la firma italiana a lo largo de un trayecto de más de medio kilómetro. Esta atracción, pensada para toda la familia, permitirá especialmente a los más pequeños conocer la emoción de conducir una reproducción a escala del mítico modelo 488 Spider. Junto al circuito, se encuentran las Thrill Towers, dos torres que tienen toda la apariencia de los pistones gigantes de un coche de Fórmula 1. Cada torre tiene sus propias características y ofrece experiencias distintas a los que decidan probarlas: una de caída libre y otra de rebote.

Además, el visitante encontrará 8 sorprendentes simuladores semiprofesionales, llamados Pole Position Challenge, donde podrá poner a prueba su pericia como piloto. Estos simuladores son muy parecidos a los que utilizan los pilotos de F1 para sus entrenamientos y uno de los atractivos indiscutibles para los incondicionales del mundo del motor en su visita a Ferrari Land. Junto a estos, habrá una atracción especialmente pensada para los más pequeños. En Junior Championship, subidos a una reproducción en miniatura de un Fórmula 1, los niños podrán sentir toda la emoción de derrapar en una atracción inspirada en el tradicional látigo.

Una de las imágenes que mejor definen el espíritu de equipo de la F1 es el momento del cambio de ruedas. Por eso, en el Pit Stop Record del parque, dos equipos podrán competir para ser los más rápidos en cambiar las 4 ruedas de un Fórmula 1 a escala real. Asimismo, el visitante encontrará en Kids' Podium una estructura de entretenimiento donde los más pequeños vivirán auténticas aventuras.





### UNA OFERTA QUE AMPLÍA LA RESTAURACIÓN

El nuevo parque contará con 5 puntos de restauración que sumergirán a los visitantes en un ambiente auténticamente italiano para degustar los sabrosos platos de su famosa cocina. Cabe destacar el Ristorante Cavallino, una tradicional *trattoria* italiana inspirada en el restaurante de Maranello (sede de Ferrari), en el que se podrá disfrutar de la historia de la marca del Cavallino Rampante, además de un *fast food* temático, el Pit Lane, con recetas clásicas, inspirado en la leyenda de los pilotos Ferrari, o una deliciosa heladería italiana, Ice Cream Box, que recupera la tradición heladera del país reconocida internacionalmente.

Los visitantes también podrán visitar la tienda oficial de Ferrari, Ferrari Land Store, para llevarse el mejor recuerdo de su experiencia en el parque, así como los productos más exclusivos de la marca. Asimismo, encontrarán un punto de *photo-opportunity* junto a la entrada del acelerador vertical.

Por último, Ferrari Land también tendrá sus propios espectáculos: un *show* acrobático con una exclusiva exhibición de BMX, gimnasia artística y básquet acrobático, y una variada animación de calle que amenizará el recorrido por el parque, con danzas y una representación del folclore italiano.

**Ferrari Land será el  
único parque temático  
con la marca Ferrari  
en Europa hasta el  
2030**





# Proveedores comprometidos con nuestros valores



## Red de proveedores cualificada y eficiente

El Área de Compras de PortAventura World cubre las necesidades operativas tanto de los parques temáticos como de los hoteles y del Centro de Convenciones, a través de la adquisición y la contratación de productos y servicios. La cadena de suministro de PortAventura World engloba categorías y ámbitos de actividad muy diversos, que incluyen la construcción, la maquinaria y los equipos, el mobiliario y el equipamiento, los servicios de profesionales independientes, la informática, el *marketing*, la publicidad y las relaciones públicas, los servicios de mantenimiento, la alimentación y las bebidas, los espectáculos y los eventos, los suministros, los consumibles, el textil y el *merchandising*.

PortAventura World, como empresa que avanza en la gestión responsable y eficiente de su cadena de suministro, dispone del Portal de Proveedores, donde se registran únicamente aquellos que estén correcta y debidamente homologados según los criterios de evaluación establecidos y contemplados en los siguientes apartados del formulario:

- Información tributaria y financiera
- Gestión financiera y de personas
- Código ético de proveedores y técnicas de ventas
- Sistemas de gestión de calidad y medio ambiente
- Responsabilidad corporativa
- Declaración del proveedor

La correcta gestión de las compras es de vital importancia para asegurar la calidad global que se ofrece en el Resort. El proceso de selección y homologación de proveedores se gestiona siguiendo unos criterios definidos e impulsados por la compañía que aseguran la integración de la responsabilidad corporativa.

# 27 %

**Nuevos proveedores evaluados según criterios ambientales, de prácticas laborales y de derechos humanos en 2016**

**Objetivo 2017:**  
**Homologar el 100 % de los proveedores con los que PortAventura World tiene relación comercial mediante criterios ambientales y sociales**

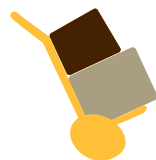




La homologación, que incluye la aceptación del Código de Ética y Conducta Profesional para proveedores y contratistas proveedores de PortAventura World, es un requisito imprescindible para participar en todos los procedimientos reglados de licitación de contratos de obras, servicios o suministros, en los que se aplican los principios de la contratación pública, como la transparencia, la igualdad de trato y la libertad de acceso. En la homologación, intervienen las Áreas de Asesoría jurídica y Compras, que supervisan el proceso, y quedan separadas las funciones de selección, adjudicación, formalización de contratos y pago de obras, servicios o suministros. De este modo, se asegura la máxima seguridad jurídica y el cumplimiento ético.

En 2016, tuvo lugar la primera jornada con proveedores «Diálogo con proveedores», celebrada en el centro de convenciones, con el fin de acercar este colectivo a PortAventura World y hacerle participe de la estrategia de negocio del Resort. Durante la jornada, que contó con 20 participantes, se explicaron los procesos de selección y evaluación de proveedores, basados en la equidad y la sostenibilidad. A continuación, se abrió un turno de preguntas y aportaciones por parte de los asistentes para captar sus inquietudes. Se trata de un nuevo canal de comunicación con este colectivo y, por la buena acogida que ha tenido, se prevé seguir con esta práctica fijando al menos una convocatoria al año.

En 2016, se consolida internamente el procedimiento de homologación obligatoria de todos los proveedores



1.076

Proveedores

121,33

Volumen de compras a proveedores (millones de euros, IVA inc.)

79 %

Proveedores nacionales (España)

96 %

Proveedores de países europeos

91 %

Facturación a proveedores nacionales (España, IVA inc.)





Relación de colaboración con marcas de prestigio

Con el objetivo de ofrecer los mejores productos y servicios, PortAventura World cuenta con diferentes socios: patrocinadores oficiales (Estrella Damm, Coca-Cola, Frigo, Veri, Fiat, Goldcar y SegurCaixa Adeslas) y colaboradores oficiales (Danone, Ferrero, Chupa Chups, Haribo, Cacaolat, Campofrío, Cutting's, Forno d'Asolo, Torres, Saula, Codorníu y M&M's).



Exigentes con la responsabilidad de los proveedores

PortAventura World aplica sus compromisos con la sostenibilidad en sus relaciones comerciales con proveedores, promoviendo sus valores en toda la cadena de suministro. Para ello, lleva a cabo un proceso de evaluación

y homologación de proveedores, así como auditorías de seguridad y salud en el caso de proveedores de productos de alimentación, y auditorías sociales en el caso de proveedores de productos fabricados en Asia.

Auditorías sociales a fábricas asiáticas

En 2016, se han ampliado las certificaciones admitidas para constatar el cumplimiento exigido en las auditorías sociales en las fábricas de proveedores en Asia (China, Tailandia, Bangladesh). Tanto las empresas auditoras como las certificaciones aceptadas, son de reconocido prestigio y se les exige un elevado grado de cumplimiento para ser aceptadas.

Así mismo, no se ha establecido una relación comercial con aquellos proveedores cuyas fábricas no alcanzan la nota mínima exigida, o no han aceptado la realización de dicha auditoría.

Las auditorías sociales realizadas por Asia Inspection cubren, entre otros, los siguientes aspectos más significativos:

- Higiene, salud y seguridad laboral
- Prácticas laborales, incluidos el trabajo forzoso, el trabajo infantil, la libertad de asociación y el derecho de negociación colectiva, la discriminación y las medidas disciplinarias *ad hoc*
- Horas de trabajo y salarios
- Gestión de residuos

Para revisar estos aspectos, se hacen reuniones en la fábrica, se organizan visitas a las instalaciones, se revisa la documentación pertinente y se entrevista a los trabajadores, tanto en grupo como de forma individual.

Estas auditorías sociales se llevan a cabo de acuerdo con estándares, códigos y normas sociales reconocidas a nivel internacional:



- SA 8000
- SMETA (Sedex)
- ETI (ILO)
- Responsible Jewelry Council (RJC)
- Initiative Clause Sociale (ICS)

Además, en 2016, a los proveedores con marca registrada: Coca-Cola, Chupa Chups, Desigual, Sony, BIC y Sol's se les ha requerido un documento de compromiso conforme se hacen responsables de que las fábricas en Asia donde se producen los artículos cumplen con los criterios sociales y ambientales establecidos.

CERTIFICACIÓN ACEPTADA Y NÚMERO DE AUDITORÍAS

Asia Inspection	8
SEMEX (Auditoria social SMETA)	7
BSCI	5
ICTI	11
SA8000:2008	3
INTERTEK	3
Certificados de marca	6
(Coca-Cola, Chupa Chups, Desigual, Sony, BIC y Sol's)	





## ÍNDICE DE CONTENIDOS DE GRI-G4



La siguiente tabla presenta el índice de contenidos básicos generales y específicos de la organización Global Reporting Initiative (GRI) según el estándar G4 para la opción *De conformidad - Esencial*.

Contenidos básicos generales

Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
Estrategia y análisis				
G4-1	Declaración del máximo responsable de la organización.	8-9		●
Perfil de la organización				
G4-3	Nombre de la organización.	5, 16		●
G4-4	Principales marcas, productos y servicios.	16		●
G4-5	Localización de la sede central de la organización.	Avda. Alcalde Pere Molas, km 2 43480, Vila-seca, Tarragona		●
G4-6	Número de países donde opera la organización.	16		●
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	5		●
G4-8	Mercados servidos.	61		●
G4-9	Dimensiones de la organización.	12-13, 17, 41, 63, 101		●
			201420152016	
		Millones de visitas a los parques¹	3.819.4743.940.4443.896.901	
		PortAventura Park	3.494.9983.499.3753.528.908	
		Caribe Aquatic Park	324.476313.831367.993	
		Visitas internacionales	36 %33 %33 %	
		Habitaciones ocupadas	323.723334.409337.219	
		(1) Incluye a los espectadores de Cirque du Soleil en 2014 y 2015, en 2016 no hubo este espectáculo.		
			201420152016	
		Centro de convenciones		
		Participantes	64.53681.35272.461	
		Eventos celebrados	154184226	

Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
G4-10	Número total de empleados.	41		●
			Tamaño de la plantilla (a 31 de diciembre)201420152016	
		Personal propio	1.4481.4391.490	
		Hombres	490499519	
		Mujeres	958940971	
		Personal externo	347388319	
		Nota: La Fundación PortAventura, entidad independiente de PortAventura World, tiene un empleado en plantilla. Este ocupa el cargo de gerente de la entidad y tiene contrato indefinido y trabaja a jornada completa. Los datos que se presentan en las siguientes tablas no incluyen al empleado de la Fundación.		
			Plantilla según el tipo de contratación y jornada (a 31 de diciembre)	
			ContrataciónJornada	
		2014	HombresFija336Completa443	
			Mujeres723751	
			HombresEventual154Parcial47	
			Mujeres235207	
		2015	HombresFija351Completa452	
			Mujeres732742	
			HombresEventual148Parcial47	
			Mujeres208198	
		2016	HombresFija383Completa464	
			Mujeres737741	
			HombresEventual13655	
			Mujeres234230	
			Plantilla según categoría laboral (a 31 de diciembre)201420152016	
			Directivos y jefes de área333333	
			Hombres191820	
			Mujeres141515	
			Supervisores, técnicos y administrativos480482495	
			Hombres172167176	
			Mujeres308315319	
			Personal de operaciones935924960	
			Hombres299314226	
			Mujeres636610638	
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	41		●



Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación																																																																																																																																
G4-12	Cadena de suministro de la organización.	<div>106-111</div> <div>Distribución de los proveedores según país de origen 2016</div> <table><tr><th>Europa</th><th>1.038</th><th>Asia y Oceanía</th><th>12</th><th>África</th><th>2</th></tr><tr><td>España</td><td>849</td><td>China</td><td>2</td><td>Emiratos Árabes Unidos</td><td>1</td></tr><tr><td>Alemania</td><td>30</td><td>Hong Kong</td><td>6</td><td>Oriente Medio</td><td>1</td></tr><tr><td>Bélgica</td><td>7</td><td>Indonesia</td><td>1</td><td>América</td><td>24</td></tr><tr><td>Dinamarca</td><td>1</td><td>Nueva Zelanda</td><td>1</td><td>México</td><td>1</td></tr><tr><td>Francia</td><td>31</td><td>Rusia</td><td>2</td><td>Estados Unidos</td><td>22</td></tr><tr><td>Holanda</td><td>7</td><td></td><td></td><td>Canadá</td><td>1</td></tr><tr><td>Reino Unido</td><td>57</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Irlanda</td><td>9</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Italia</td><td>31</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Liechtenstein</td><td>2</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Portugal</td><td>4</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>República Checa</td><td>2</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Suiza</td><td>4</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Malta</td><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Polonia</td><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Suecia</td><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Jersey</td><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> <div>Principales indicadores relativos a proveedores</div> <table><tr><th></th><th>2014</th><th>2015</th><th>2016</th></tr><tr><td>Número de proveedores</td><td>1.108</td><td>1.053</td><td>1.076</td></tr><tr><td>Volumen de compras a proveedores (millones de euros c/IVA)</td><td>110,2</td><td>118,3</td><td>121,33</td></tr><tr><td>Proveedores nacionales (España)</td><td>83 %</td><td>86 %</td><td>79 %</td></tr><tr><td>Facturación a proveedores nacionales (España c/IVA)</td><td>92 %</td><td>91 %</td><td>91 %</td></tr></table>	Europa	1.038	Asia y Oceanía	12	África	2	España	849	China	2	Emiratos Árabes Unidos	1	Alemania	30	Hong Kong	6	Oriente Medio	1	Bélgica	7	Indonesia	1	América	24	Dinamarca	1	Nueva Zelanda	1	México	1	Francia	31	Rusia	2	Estados Unidos	22	Holanda	7			Canadá	1	Reino Unido	57					Irlanda	9					Italia	31					Liechtenstein	2					Portugal	4					República Checa	2					Suiza	4					Malta	1					Polonia	1					Suecia	1					Jersey	1						2014	2015	2016	Número de proveedores	1.108	1.053	1.076	Volumen de compras a proveedores (millones de euros c/IVA)	110,2	118,3	121,33	Proveedores nacionales (España)	83 %	86 %	79 %	Facturación a proveedores nacionales (España c/IVA)	92 %	91 %	91 %		
Europa	1.038	Asia y Oceanía	12	África	2																																																																																																																															
España	849	China	2	Emiratos Árabes Unidos	1																																																																																																																															
Alemania	30	Hong Kong	6	Oriente Medio	1																																																																																																																															
Bélgica	7	Indonesia	1	América	24																																																																																																																															
Dinamarca	1	Nueva Zelanda	1	México	1																																																																																																																															
Francia	31	Rusia	2	Estados Unidos	22																																																																																																																															
Holanda	7			Canadá	1																																																																																																																															
Reino Unido	57																																																																																																																																			
Irlanda	9																																																																																																																																			
Italia	31																																																																																																																																			
Liechtenstein	2																																																																																																																																			
Portugal	4																																																																																																																																			
República Checa	2																																																																																																																																			
Suiza	4																																																																																																																																			
Malta	1																																																																																																																																			
Polonia	1																																																																																																																																			
Suecia	1																																																																																																																																			
Jersey	1																																																																																																																																			
	2014	2015	2016																																																																																																																																	
Número de proveedores	1.108	1.053	1.076																																																																																																																																	
Volumen de compras a proveedores (millones de euros c/IVA)	110,2	118,3	121,33																																																																																																																																	
Proveedores nacionales (España)	83 %	86 %	79 %																																																																																																																																	
Facturación a proveedores nacionales (España c/IVA)	92 %	91 %	91 %																																																																																																																																	
G4-13	Cambios significativos durante el periodo objeto de la memoria.	102-104																																																																																																																																		
G4-14	Implementación del principio de precaución.	82																																																																																																																																		
G4-15	Apoyo a iniciativas externas.	20, 28-29, 33, 95																																																																																																																																		

Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
G4-16	Asociaciones y organizaciones a las que la organización pertenece.	24		●
Aspectos materiales y cobertura				
G4-17	Entidades que figuran en la memoria.	5		●
G4-18	Definición del contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.	<div>36</div> <div>Para la edición 2014 del informe, se llevó a cabo un análisis de materialidad, cumpliendo así con los requisitos de la Guía G4 de GRI. El proceso fue liderado por el Área de Responsabilidad corporativa, y contó con la implicación de personas responsables de los departamentos organizacionales y las áreas específicas que tienen relación con los diferentes grupos de interés.</div> <div><b>1. Identificación.</b> Para determinar los temas de mayor interés general, se identificaron aquellos aspectos y asuntos relevantes para el sector en el que opera PortAventura World. Este ejercicio se realizó mediante el desarrollo de un estudio de <i>benchmarking</i> sectorial que incluía tanto otros parques temáticos como resorts. Esta fase se completó con el análisis de estándares de referencia elaborados por el Global Reporting Initiative y Governance &amp; Accountability.</div> <div><b>2. Priorización.</b> Para la priorización de los temas antes identificados, se llevó a cabo una consulta específica mediante encuesta en línea a los grupos de interés. Para la valoración interna, se contó con la participación de los accionistas y personas del Comité directivo y, para la valoración externa, participaron clientes, empleados, proveedores y entidades representativas de la sociedad. Con las respuestas recibidas, se considera que los resultados obtenidos son representativos de los grupos de interés de PortAventura. Para el análisis estadístico, se han ponderado las respuestas según grupo de interés para dar una visión de conjunto más coherente y acorde con la realidad de PortAventura World, de modo que el peso de cada grupo es directamente proporcional a su grado de importancia para el Grupo.</div> <div>Como resultado del proceso, se identificaron los aspectos y los asuntos prioritarios para PortAventura World y sus grupos de interés. Quedan plasmados en la matriz de materialidad, que clasifica dichos temas en función de su relevancia interna y externa.</div> <div><b>3. Validación.</b> Para asegurar que la materialidad refleja de manera razonable y equilibrada los asuntos relevantes para el desempeño sostenible de PortAventura World, se han analizado en detalle los resultados obtenidos y se ha considerado importante determinar como materiales los siguientes aspectos y asuntos: efluentes y residuos; accesibilidad arquitectónica; y sensibilización en buenas prácticas ambientales.</div>		●
G4-19	Aspectos materiales.	36		●



Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa				Omisiones	Verificación	
G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.	Aspectos y asuntos materiales	Limite y cobertura					
			Interno		Externo			
			PortAventura Park, Caribe Aquatic Park, hoteles y centro de convenciones		Clientes	Proveedores		Sociedad
G4-21	Límite de cada aspecto material fuera de la organización.	<b>Economía</b>						
		Desempeño económico						
		Consecuencias económicas indirectas						
		<b>Medio ambiente</b>						
		Materiales						
		Energía						
		Agua						
		Biodiversidad						
		Emisiones						
		Efluentes y residuos						
		Productos y servicios						
		Evaluación ambiental de los proveedores						
		<b>Social - Prácticas laborales y trabajo digno</b>						
		Empleo						
		Relaciones entre los trabajadores y la dirección						
		Salud y seguridad en el trabajo						
		Capacitación y educación						
		Diversidad e igualdad de oportunidades						
		Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores					Proveedores asiáticos	

Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa				Omisiones	Verificación
	Aspectos y asuntos materiales	Límite y cobertura					●
		Interno		Externo			
	PortAventura Park, Caribe Aquatic Park, hoteles y centro de convenciones		Clientes	Proveedores	Sociedad		
	<hr/>						
	<b>Social - Derechos humanos</b>						
	<hr/>						
	No discriminación		●				
	<hr/>						
	Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos		●				
	<hr/>						
	<b>Social - Sociedad</b>						
	<hr/>						
	Comunidades locales		●				●
	<hr/>						
	Lucha contra la corrupción		●			●	
	<hr/>						
	<b>Social - Responsabilidad de producto</b>						
	<hr/>						
Salud y seguridad de los clientes		●		●			
<hr/>							
Etiquetado de los productos y servicios		●		●			
<hr/>							
Privacidad de los clientes		●		●			
<hr/>							
Innovación en diseño y mejora de las atracciones e instalaciones*		●		●			
<hr/>							
Seguridad del merchandising*		●		●	●		
<hr/>							
Seguridad alimentaria y promoción de hábitos de alimentación saludable*		●		●	●		
<hr/>							
Accesibilidad universal arquitectónica		●		●			
<hr/>							



Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
G4-22	Reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas.	41, 101  Los datos de perfil de plantilla que se presentan dentro del apartado «El equipo humano, la clave del éxito», a no ser que se indique lo contrario, se refieren a empleados de media durante el año (cálculo realizado con la plantilla existente el última día de cada mes) con el objetivo de reflejar mejor la plantilla durante el año. En la presente tabla, se presentan los datos de perfil de plantilla a 31 de diciembre en los indicadores que corresponden.  Los datos de personal externo que se presentan dentro del apartado «El equipo humano, la clave del éxito» se refieren a personas de media durante el año (cálculo realizado con la suma de personas de primero a último día de mes –acumulativo–) con el objetivo de reflejar mejor la plantilla durante el año.  Los datos económicos de 2014 y 2015 se han reexpresado debido a la adaptación a las nuevas Normas Internacionales de Información Financiera (NIFF).  En el resto del informe, no ha habido reexpresiones de la información de informes anteriores.		●
G4-23	Cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	No se han producido cambios significativos en el alcance y la cobertura de aspectos con respecto al <i>Informe de responsabilidad corporativa de 2015</i> .		●
Implicación de los grupos de interés				
G4-24	Grupos de interés vinculados a la organización.	35		●
G4-25	Base para la identificación de los grupos de interés.	PortAventura World ha identificado sus grupos de interés a partir de criterios tales como: la dependencia (quienes dependen de las actividades, los productos o los servicios o de quienes depende para continuar sus actividades), la responsabilidad (ya sea de tipo comercial, legal, operativa, social, etc.), la proximidad (quienes se encuentren en el entorno más local) y la influencia (pueden generar un impacto en la estrategia o en el negocio).		●

Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa			Omisiones	Verificación
G4-26	Participación de los grupos de interés.	Grupos de interés	Principales canales de comunicación y diálogo	Principales temas identificados		●
G4-27	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés.	Accionistas	Reuniones del Consejo de Administración, reuniones con las direcciones, información corporativa publicada de forma periódica.	Seguridad de las instalaciones y clientes, rentabilidad y beneficios, toma de decisiones en relación con los objetivos marcados, transparencia y rendición de cuentas, buen gobierno corporativo, competitividad, desarrollo de proyectos actuales y futuros, condiciones competitivas, percepción y reputación.		
		Clientes	Página web corporativa, teléfono de atención al cliente, redes sociales, encuestas de satisfacción, buzón de reclamaciones, Oficina de Atención al Visitante, personal de las instalaciones, publicaciones periódicas, anuncios en medios de comunicación.	Grado de satisfacción en el servicio, seguridad en instalaciones y atracciones, innovación en atracciones e instalaciones y nuevos proyectos, promociones y ofertas, celebración de eventos, buenas prácticas ambientales.		
		Empleados	Comunicados internos, intranet, newsletter, SMS, videos, revista interna (Revista Acció), carteleras de información y carteles informativos, dípticos y otro material impreso, cartas, trato personal y directo, mostrador y buzón de consultas del Servicio de Atención al Empleado, impresos de sugerencias y quejas, concursos para empleados y sorteos, plataforma web: Guía PortAventura y <i>app</i> La Guía, E-Nómina.	Información general, de interés, operativa y corporativa, normativa, cambios organizativos, ofertas internas de empleo, ventajas y ofertas, horarios, spots y videos de la compañía, presentaciones a los medios, transporte, seguridad y salud, sugerencias, quejas, consultas, etc.		●
		Proveedores y contratistas	Responsables de compras, Portal de Proveedores, Jornada «Diálogo con proveedores».	Plan de compra responsable, procesos de contratación y cumplimiento de los compromisos contractuales, extensión del compromiso de responsabilidad corporativa, seguridad del <i>merchandising</i> . Formularios sociales, medioambientales y código ético.		
		Administración pública y entorno social	Página web de la Fundación PortAventura, publicación de información corporativa periódicamente, participación institucional, reuniones con representantes de instituciones públicas y entidades sociales.	Cumplimiento de la legislación aplicable, transparencia y rendición de cuentas, buena gestión de las instalaciones, implicación con el entorno local, colaboración para el desarrollo de proyectos en beneficio mutuo que promuevan acciones en línea con los objetivos de la Fundación PortAventura.		

\* Aspectos no GRI-G4



Indicadores Descripción		Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
Perfil de la memoria				
G4-28	Periodo objeto de la memoria.	5		●
G4-29	Fecha de la última memoria.	Año 2015		●
G4-30	Ciclo de presentación de memorias.	Anual		●
G4-31	Punto de contacto para dudas sobre el contenido de la memoria.	5		●
G4-32	Opción «de conformidad» con la Guía que ha elegido la organización y su Índice de GRI.	114		●
G4-33	Política y prácticas con respecto a la verificación externa de la memoria.	5		●
Gobierno				
G4-34	Estructura de gobierno de la organización.	22-23, 31, 82		●
Ética e integridad				
G4-56	Valores, principios y códigos de conducta u otros de la organización.	20-22, 35		●

Contenidos básicos específicos

Desempeño económico

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
Desempeño económico	EDG	Enfoque de gestión.	100-104		●
	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	101		●
Consecuencias económicas indirectas	EDG	Enfoque de gestión.	Con alrededor de 4 millones de visitas anuales y 203 millones de euros de facturación en 2016, se concluye que la actividad del resort conlleva la generación de un valor económico que incide directamente en la dinamización del territorio, principalmente en la provincia de Tarragona y la Costa Dorada, y su oferta turística.		●
			La ampliación de la oferta del resort, al pasar de parque temático a destino de vacaciones, supuso para PortAventura World empezar a colaborar más estrechamente con el entorno local más inmediato, especialmente con los municipios de Salou, Vila-seca, Cambrils, Reus y Tarragona. La situación del resort junto al Mediterráneo y la amplia oferta gastronómica, cultural y natural del territorio, así como la proximidad con Barcelona, contribuyen a aportar un valor diferencial a la oferta del parque respecto a otros.		
	G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos, incluyendo su alcance.	PortAventura World, es un resort que, más allá de los beneficios económicos empresariales, tiene impactos territoriales importantes, en términos fundamentalmente de impacto global sobre el desarrollo turístico, reestructuración de la zona e impulso de un nuevo crecimiento, a través del enriquecimiento del producto territorial y las sinergias con el resto de la oferta productiva (Fuente: Antón Clavé, S. (2010): «Leisure parks and destination redevelopment: the role of PortAventura, Catalonia», Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events).		●
			PortAventura World ha supuesto una mejora en el turismo en Cataluña, tanto en el terreno cualitativo como en el cuantitativo. Además de los efectos productivos y sobre el consumo, la diversificación del producto turístico, la prolongación de la temporada y la creación de la actividad y la ocupación en diferentes sectores, el resort tiene un efecto directo en el territorio. En este sentido, destacan la reordenación y el crecimiento del sistema de infraestructuras de la zona (por ejemplo, el sistema viario) y de los equipamientos turísticos (por ejemplo, la planta hotelera) de esta.		
			El proyecto Ferrari Land supone la participación de más de 50 empresas en las distintas fases del proyecto y se prevé que una vez abierto genere 150 puestos de trabajo, entre directos e indirectos.		



Desempeño ambiental

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación externa		
Materiales	EDG	Enfoque de gestión.	PortAventura World fomenta la optimización y el consumo responsable de materiales, y prioriza la compra de materiales ambientalmente sostenibles.		●		
	G4-EN1	Materiales utilizados.	<b>Consumo anual de materiales</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	●
			Productos químicos en mantenimiento de piscinas y lagos (t)	478,25	770,68	664,93	
			Luminarias (Uds.)	16.915	17.534	19.441	
			Bolsas para venta de productos en tiendas (kg)	10.741	10.618	11.156	
			Productos de limpieza (l)	59.799	94.695	109.088	
			Papel de oficina A4 reciclado (kg)			17.112	
			Nota: A partir de 2015, se incorpora el consumo procedente de los proveedores de servicios para los productos químicos en el mantenimiento de piscinas y lagos y productos de limpieza.				
Energía	EDG	Enfoque de gestión.	88-91		●		
	G4-EN5	Intensidad energética.	91		●		
Agua	EDG	Enfoque de gestión.	85-86		●		
			En el caso del agua para el consumo humano, el ahorro está muy condicionado por las buenas prácticas de consumo de los clientes del parque y los hoteles, ya que son estos los principales consumidores. El agua para uso recreativo y para baño se mantiene en un circuito cerrado mediante filtrado y tratamiento, lo que permite no aumentar su consumo en el Resort con la puesta en funcionamiento de nuevas atracciones acuáticas. El consumo de agua para el riego está condicionado por la climatología, por lo que PortAventura World cuenta con su propia estación meteorológica, capaz de registrar parámetros que permiten controlar el aporte exacto de agua en las zonas ajardinadas.				
	G4-EN8	Consumo total de agua según fuente.	86		●		

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
Biodiversidad	EDG	Enfoque de gestión.	95-96		●
	G4-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.	96		●
Emisiones	EDG	Enfoque de gestión.	94		●
	G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	94		●
Efluentes y residuos	EDG	Enfoque de gestión.	92-93		●
	G4-EN23	Residuos generados.	92-93		●
Productos y servicios	EDG	Enfoque de gestión.	84-85, 88, 92		●
	G4-EN27	Mitigación del impacto ambiental de productos y servicios.	En 2016, se remodeló una de las tiendas del área de Mediterrània. Originalmente, en la tienda había 24,48 KW instalados y tras las obras realizadas se ha reducido la potencia a 8,17 KW. Este cambio representa un ahorro de consumo medio en temporada baja de 195 kWh día y de 260 kWh día en temporada alta.		●
Evaluación ambiental de los proveedores	EDG	Enfoque de gestión.	106		●
	G4-EN32	Nuevos proveedores analizados en base a criterios ambientales.	106		



## Desempeño social - Prácticas laborales

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
Empleo	EDG	Enfoque de gestión.	40, 42, 44, 50  Es un objetivo estratégico facilitar el marco necesario para el desarrollo de los empleados. La comunicación, la formación, el desarrollo profesional, la conciliación y la flexibilidad laboral y el reconocimiento del mérito constituyen los pilares para construir implicación y confianza, y velar por su bienestar.		●
	G4-LA2	Beneficios sociales para los empleados.	42		●
Relaciones entre los trabajadores y la dirección	EDG	Enfoque de gestión.	En 2015, entró en vigor un nuevo convenio colectivo (2015-2019) pactado entre el Grupo PortAventura (integrado en el momento de su firma por las siguientes empresas: Port Aventura Entertainment S.A.U., Port Aventura Viajes, S.A.U. y Hotel Caribe Resort, S.L.) y el Comité de Empresa de Port Aventura Entertainment S.A.U., CCOO y su sección sindical en el Grupo PortAventura.		●
	G4-LA4	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	El convenio colectivo (2015-2019) establece los plazos de preaviso tanto para los empleados como para la empresa. Dado que, por su naturaleza, la actividad de PortAventura World es de intensidad variable, y no previsible en periodos de larga duración, los horarios de trabajo de cada mes serán comunicados al personal afectado por la distribución irregular de jornada, el día 25 del mes anterior, mediante la publicación en el tablón de anuncios de la unidad del correspondiente cuadrante horario.		●

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa				Omissiones	Verificación externa
Salud y seguridad en el trabajo	EDG	Enfoque de gestión.	56-59					●
	G4-LA5	Trabajadores que están representados en comités de seguridad y salud.	56					●
	G4-LA6	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo.	56				No se dispone de datos segregados por género en el caso de los índices de frecuencia, incidencia y gravedad, y tasa de absentismo.	●
				2014	2015	2016		
			Número de accidentes sin baja laboral	140	147	143		
			Hombres	39	46	49		
			Mujeres	101	101	94		
			Número de accidentes con baja laboral	41	37	44		
			Hombres	9	8	13		
			Mujeres	32	29	31		
			Número de accidentes con baja laboral <i>in itinere</i>	4	10	18		
			Hombres	1	4	4		
			Mujeres	3	6	14		
			Número de jornadas perdidas	742	1.085	1.276		
			Hombres	76	273	478		
			Mujeres	666	812	798		
			Índice de frecuencia	17,11	14,33	16,79		
Índice de incidencia	2.867	2.407	2.825					
Índice de gravedad	0,31	0,41	0,49					
Tasa de absentismo	2,85 %	3,25 %	3,51 %					
No se han producido víctimas mortales relacionadas con el trabajo.								



Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omissiones	Verificación externa	
	G4-LA11	Porcentaje de empleados cuyo desempeño y desarrollo profesional se evalúa con regularidad, desglosado por género y por categoría laboral.	54			
				2014	2015	2016
			Porcentaje de la plantilla sujeta a un sistema de evaluación del desempeño (a 31 de diciembre)	14 %	14 %	17 %
						2016
			Porcentaje de empleados sujetos al sistema de evaluación de rendimiento según género y categoría laboral (a 31 de diciembre)	Hombres		21 %
				Directivos y jefes de área		100 %
				Supervisores, técnicos y administrativos		52 %
				Personal de operaciones		0 %
				Mujeres		15 %
				Directivos y jefes de área		100 %
				Supervisores, técnicos y administrativos		42 %
				Personal de operaciones		0 %



Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación externa																																																																																																															
Diversidad e igualdad de oportunidades	EDG	Enfoque de gestión.	47-50																																																																																																																	
	G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla.	47, 49-50 <div><div>Mujeres según categoría laboral (a 31 de diciembre)</div><table><tr><th></th><th>2014</th><th>2015</th><th>2016</th></tr><tr><td>Directivos y jefes de área</td><td>42 %</td><td>45 %</td><td>43 %</td></tr><tr><td>Supervisores, técnicos y administrativos</td><td>64 %</td><td>65 %</td><td>64 %</td></tr><tr><td>Personal de operaciones</td><td>68 %</td><td>66 %</td><td>66 %</td></tr></table><div><div>Plantilla según nacionalidad (a 31 de diciembre)</div><table><tr><th></th><th colspan="3">2016</th></tr><tr><th></th><th>Mujeres</th><th>Hombres</th><th>Total</th></tr><tr><td>Alemania</td><td>3</td><td>3</td><td>6</td></tr><tr><td>Argelia</td><td>1</td><td>1</td><td>2</td></tr><tr><td>Argentina</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr><tr><td>Bélgica</td><td>1</td><td></td><td>1</td></tr><tr><td>Bolivia</td><td>1</td><td>1</td><td>2</td></tr><tr><td>Brasil</td><td>2</td><td>1</td><td>3</td></tr><tr><td>Bulgaria</td><td>2</td><td>1</td><td>3</td></tr><tr><td>República Checa</td><td></td><td>1</td><td>1</td></tr><tr><td>Colombia</td><td>7</td><td>5</td><td>12</td></tr><tr><td>República Democrática del Congo</td><td></td><td>1</td><td>1</td></tr><tr><td>Cuba</td><td></td><td>1</td><td>1</td></tr><tr><td>República Dominicana</td><td></td><td>1</td><td>1</td></tr><tr><td>Ecuador</td><td>2</td><td></td><td>2</td></tr><tr><td>Eslovenia</td><td>1</td><td>1</td><td>2</td></tr><tr><td>España</td><td>880</td><td>458</td><td>1.338</td></tr><tr><td>Francia</td><td>6</td><td>3</td><td>9</td></tr><tr><td>Guinea Ecuatorial</td><td>1</td><td>4</td><td>5</td></tr><tr><td>Holanda</td><td>2</td><td></td><td>2</td></tr><tr><td>Italia</td><td>7</td><td>10</td><td>17</td></tr><tr><td>Letonia</td><td>1</td><td></td><td>1</td></tr><tr><td>Lituania</td><td></td><td>1</td><td>1</td></tr><tr><td>Marruecos</td><td>10</td><td>12</td><td>22</td></tr></table></div></div>		2014	2015	2016	Directivos y jefes de área	42 %	45 %	43 %	Supervisores, técnicos y administrativos	64 %	65 %	64 %	Personal de operaciones	68 %	66 %	66 %		2016				Mujeres	Hombres	Total	Alemania	3	3	6	Argelia	1	1	2	Argentina	4	2	6	Bélgica	1		1	Bolivia	1	1	2	Brasil	2	1	3	Bulgaria	2	1	3	República Checa		1	1	Colombia	7	5	12	República Democrática del Congo		1	1	Cuba		1	1	República Dominicana		1	1	Ecuador	2		2	Eslovenia	1	1	2	España	880	458	1.338	Francia	6	3	9	Guinea Ecuatorial	1	4	5	Holanda	2		2	Italia	7	10	17	Letonia	1		1	Lituania		1	1	Marruecos	10	12	22	
	2014	2015	2016																																																																																																																	
Directivos y jefes de área	42 %	45 %	43 %																																																																																																																	
Supervisores, técnicos y administrativos	64 %	65 %	64 %																																																																																																																	
Personal de operaciones	68 %	66 %	66 %																																																																																																																	
	2016																																																																																																																			
	Mujeres	Hombres	Total																																																																																																																	
Alemania	3	3	6																																																																																																																	
Argelia	1	1	2																																																																																																																	
Argentina	4	2	6																																																																																																																	
Bélgica	1		1																																																																																																																	
Bolivia	1	1	2																																																																																																																	
Brasil	2	1	3																																																																																																																	
Bulgaria	2	1	3																																																																																																																	
República Checa		1	1																																																																																																																	
Colombia	7	5	12																																																																																																																	
República Democrática del Congo		1	1																																																																																																																	
Cuba		1	1																																																																																																																	
República Dominicana		1	1																																																																																																																	
Ecuador	2		2																																																																																																																	
Eslovenia	1	1	2																																																																																																																	
España	880	458	1.338																																																																																																																	
Francia	6	3	9																																																																																																																	
Guinea Ecuatorial	1	4	5																																																																																																																	
Holanda	2		2																																																																																																																	
Italia	7	10	17																																																																																																																	
Letonia	1		1																																																																																																																	
Lituania		1	1																																																																																																																	
Marruecos	10	12	22																																																																																																																	

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación externa																																																											
			<table><tr><th rowspan="2">Plantilla según nacionalidad (a 31 de diciembre)</th><th colspan="3">2016</th></tr><tr><th>Mujeres</th><th>Hombres</th><th>Total</th></tr><tr><td>México</td><td>1</td><td></td><td>1</td></tr><tr><td>Moldavia</td><td>1</td><td></td><td>1</td></tr><tr><td>Nicaragua</td><td>1</td><td></td><td>1</td></tr><tr><td>Nigeria</td><td></td><td>1</td><td>1</td></tr><tr><td>Perú</td><td>5</td><td></td><td>5</td></tr><tr><td>Polonia</td><td>1</td><td></td><td>1</td></tr><tr><td>Portugal</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr><tr><td>Rumania</td><td>10</td><td>1</td><td>11</td></tr><tr><td>Rusia</td><td>6</td><td>1</td><td>7</td></tr><tr><td>Senegal</td><td>3</td><td>2</td><td>5</td></tr><tr><td>Ucrania</td><td>6</td><td>1</td><td>7</td></tr><tr><td>Uruguay</td><td></td><td>1</td><td>1</td></tr><tr><td>Venezuela</td><td>1</td><td></td><td>1</td></tr></table>	Plantilla según nacionalidad (a 31 de diciembre)	2016			Mujeres	Hombres	Total	México	1		1	Moldavia	1		1	Nicaragua	1		1	Nigeria		1	1	Perú	5		5	Polonia	1		1	Portugal	1	2	3	Rumania	10	1	11	Rusia	6	1	7	Senegal	3	2	5	Ucrania	6	1	7	Uruguay		1	1	Venezuela	1		1		
			Plantilla según nacionalidad (a 31 de diciembre)		2016																																																											
				Mujeres	Hombres	Total																																																										
			México	1		1																																																										
			Moldavia	1		1																																																										
			Nicaragua	1		1																																																										
			Nigeria		1	1																																																										
			Perú	5		5																																																										
			Polonia	1		1																																																										
			Portugal	1	2	3																																																										
			Rumania	10	1	11																																																										
			Rusia	6	1	7																																																										
			Senegal	3	2	5																																																										
			Ucrania	6	1	7																																																										
			Uruguay		1	1																																																										
			Venezuela	1		1																																																										
			<table><tr><th rowspan="2">Personas con discapacidad según categoría laboral (em- pleados de media)</th><th>2014</th><th>2015</th><th>2016</th></tr><tr><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Directivos y jefes de área</td><td>1,0</td><td>1</td><td>1</td></tr><tr><td>Supervisores, técnicos y administrativos</td><td>8,1</td><td>6,6</td><td>3,0</td></tr><tr><td>Personal de operaciones</td><td>22,2</td><td>23,5</td><td>25,7</td></tr><tr><td>Total</td><td>31,2</td><td>31,1</td><td>29,7</td></tr><tr><td>Porcentaje de empleados con alguna discapacidad en la plantilla</td><td>1,94 %</td><td>1,80 %</td><td>1,69 %</td></tr></table>	Personas con discapacidad según categoría laboral (em- pleados de media)	2014	2015	2016				Directivos y jefes de área	1,0	1	1	Supervisores, técnicos y administrativos	8,1	6,6	3,0	Personal de operaciones	22,2	23,5	25,7	Total	31,2	31,1	29,7	Porcentaje de empleados con alguna discapacidad en la plantilla	1,94 %	1,80 %	1,69 %																																		
			Personas con discapacidad según categoría laboral (em- pleados de media)		2014	2015	2016																																																									
			Directivos y jefes de área	1,0	1	1																																																										
			Supervisores, técnicos y administrativos	8,1	6,6	3,0																																																										
			Personal de operaciones	22,2	23,5	25,7																																																										
			Total	31,2	31,1	29,7																																																										
			Porcentaje de empleados con alguna discapacidad en la plantilla	1,94 %	1,80 %	1,69 %																																																										
			Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores	EDG	Enfoque de gestión.	106  Los aspectos de prácticas laborales que se contemplan para la evaluación de proveedores son los siguientes: cumplimiento de las regulaciones locales en materia de seguridad y salud; disponibilidad de un Sistema de Prevención de Riesgos Laborales certificado por un tercero; disponibilidad del certificado de Prevención de Riesgos Laborales y de certificados de aptitud médica de todos los trabajadores; y la existencia de la póliza de responsabilidad civil por riesgos profesionales; así como el correspondiente recibo de pago.																																																										
				G4-LA14	Nuevos proveedores analizados en base a criterios de prácticas laborales.	106																																																										



Desempeño social - Derechos humanos

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
No discriminación	EDG	Enfoque de gestión.	47-50  PortAventura World aplica los principios de trato honesto y respeto a los derechos humanos previstos en su Código ético y de conducta profesional, por lo que las relaciones entre todos los profesionales y proveedores de la compañía se deben caracterizar por el trato justo, educado y respetuoso.		●
	G4-HR3	Incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	En 2016, PortAventura World no registró ningún caso de discriminación en empleados, clientes, proveedores y contratistas, personal externo y sociedad en general.		●
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	EDG	Enfoque de gestión.	106  Los aspectos de derechos humanos que se contemplan para la evaluación de proveedores son los siguientes: adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas; apoyo a la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva; cumplimiento de la regulación laboral local contemplándose los derechos de los trabajadores en materia de contratación, horarios laborales, salarios, etc.; apoyo a la protección y respeto de los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente; respeto de los derechos de los niños a ser protegidos contra la explotación económica; apoyo a la eliminación de toda forma de trabajo forzoso, bajo coacción y los abusos de autoridad; respeto a la igualdad de oportunidades y rechazo de prácticas discriminatorias en el ámbito laboral; cumplimiento de la legislación vigente en referencia a derechos del trabajador; seguridad y/o salud laboral y extensión del compromiso con el respeto de los derechos humanos a la cadena de proveedores.		●
	G4-HR10	Nuevos proveedores seleccionados en base a criterios de derechos humanos.	106		●

Desempeño social - Sociedad

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
Comunidades locales	EDG	Enfoque de gestión.	44, 50, 74-79		●
	G4-SO1	Programas de desarrollo y evaluaciones de impactos con la participación de la comunidad local.	44, 50, 74-79		●
Lucha contra la corrupción	EDG	Enfoque de gestión.	20-22  El <i>Código de ética y conducta profesional</i> aborda uno de los principios generales de comportamiento de los profesionales de PortAventura World, la anticorrupción y el fraude, estableciendo que los profesionales de la compañía:  • Deben actuar de acuerdo con los procedimientos internos existentes para evitar situaciones de estafa, cohecho, corrupción y delitos contra la Hacienda Pública y la Seguridad Social  • Deben informar previamente a sus responsables en todos los procesos de negociación y contratación en nombre de PortAventura y abstenerse de realizar cualquier tipo de ofrecimiento a autoridades, organismos, administraciones públicas u otras instituciones, además de rechazar e informar internamente de posibles ofrecimientos de cualquier tipo de remuneración.  • Tienen la obligación de poner en conocimiento internamente de cualquier incumplimiento del código ético y de las normas de PortAventura en este ámbito.		●
	G4-SO4	Comunicación y formación en políticas y procedimientos de anticorrupción.	22  La formación sobre el <i>Código de ética y conducta profesional</i> se impartió en junio de 2013 a directores y jefes de área. No se han producido cambios en dichos documentos o en relación a los principios que lo configuran, por lo que en 2016 no se ha impartido dicha formación. No obstante, la figura del <i>Compliance Officer</i> ha recibido 40 horas de formación sobre este tema (curso de especialización en cumplimiento normativo <i>compliance</i> ), la cual incluye formación relacionada con la anticorrupción. Este empleado representa el 3 % de los directivos y jefes de área.  Todos los miembros del órgano de gobierno y los empleados son informados sobre el <i>Código de ética y conducta profesional</i> , así como de las respectivas políticas y procedimientos para luchar contra la corrupción.		●



Desempeño social - Responsabilidad de producto

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
Salud y seguridad de los clientes	EDG	Enfoque de gestión.	66-71		●
	G4-PR1	Productos y servicios para los que los impactos en la salud y seguridad de los clientes son evaluados.	68-69, 71		●
Etiquetado de productos y servicios	EDG	Enfoque de gestión.	68, 72-73		●
	G4-PR5	Resultados de las encuestas de satisfacción del cliente.	72-73		
			201420152016		
		PortAventura Park			
		Valoración global	4,24,164,22		
		Caribe Aquatic Park			
		Valoración global	4,234,134,09		●
		Hoteles			
		Valoración global de la estancia en los hoteles del Resort	4,134,104,14		
		Centro de convenciones			
		Valoración global	4,214,033,98		
Privacidad de los clientes	EDG	Enfoque de gestión.	PortAventura World garantiza el cumplimiento de toda la legislación específica y aplicable en materia de confidencialidad y protección de datos de carácter personal (Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal, LOPD), a partir de la gestión de ficheros de datos personales según establece la LOPD.		●
	G4-PR8	Reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	En 2016, no se ha registrado ninguna reclamación sobre vulneración de la privacidad y fuga de datos de clientes.		●

Otros asuntos no GRI

Asuntos materiales	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
Sensibilización en buenas prácticas ambientales	Enfoque de gestión.	84		●
	Acciones impulsadas de información y sensibilización ambiental dirigidas a clientes y empleados.	84		●
Innovación en diseño y mejora de las atracciones e instalaciones	Enfoque de gestión.	102-104		●
	Nuevas atracciones y eventos.	102-104		●
Seguridad del merchandising	Enfoque de gestión.	71		●
	Normativa y estándares contemplados para garantizar la seguridad de los productos de merchandising.	71		●
Seguridad alimentaria y promoción de hábitos de alimentación saludable	Enfoque de gestión.	69-71		●
	Número de auditorías higiénico-sanitarias (internas y externas) llevadas a cabo durante el año.	69		●
	Número de auditorías a proveedores (internas y externas) llevadas a cabo durante el año.	69		●
Accesibilidad arquitectónica	Enfoque de gestión.	PortAventura World tiene como objetivo ofrecer las mismas oportunidades a todos los clientes. De manera continuada, incorpora mejoras para ser un espacio libre de barreras arquitectónicas. Para el colectivo de personas con discapacidad y/o movilidad/comunicación reducida, las instalaciones de los parques están diseñadas según los criterios normativos de accesibilidad, tanto en edificaciones, como en atracciones, parkings, entorno urbano y hoteles. Los hoteles tienen habitaciones adaptadas. La Oficina de Atención al Visitante ofrece la información necesaria para organizar la visita al parque de este colectivo y hace entrega de una pulsera identificativa para acceder a las atracciones por el acceso especial. En 2016, se han construido tres nuevas rampas para facilitar distintos accesos: desde el aparcamiento a la recepción del Hotel Gold River al Bosque y a Vinosfera. En 2017, se habilitará una Oficina de Atención al Cliente con necesidades especiales.		●





## TABLA DE CONTENIDOS DEL PACTO MUNDIAL



Tabla de contenidos del Pacto Mundial

Vínculos con los diez principios del Pacto Mundial (2000)

Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	Páginas o respuesta directa	Guía GRI (G4)
Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	20, 44-50, 74-79, 106-111	Subcategoría Derechos Humanos: todos los aspectos. Subcategoría Sociedad: comunidades locales.
Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	20, 33, 106, 111	Subcategoría Derechos Humanos: todos los aspectos.
Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	20, 33, 41, 106, 111	G4-11 Subcategoría Prácticas laborales y trabajo digno: relaciones entre los trabajadores y la dirección. Subcategoría Derechos Humanos: libertad de asociación y negociación colectiva.
Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	20, 33, 106, 111	Subcategoría Derechos Humanos: trabajo forzoso.
Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	20, 33, 106, 111	Subcategoría Derechos Humanos: trabajo infantil.
Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	20, 40-59	G4-10 Subcategoría Prácticas laborales y trabajo digno: todos los aspectos. Subcategoría Derechos Humanos: no discriminación.
Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	82-96	Categoría Medio ambiente: todos los aspectos.
Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	82-96	Categoría Medio ambiente: todos los aspectos.
Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	82-96	Categoría Medio ambiente: todos los aspectos
Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	20-22	Subcategoría Sociedad: Lucha contra la corrupción y Política Pública.

Este documento se preparó únicamente con fines informativos y considerando ciertas condiciones. Ninguna parte de la información en él contenida puede utilizarse para fines distintos salvo que PAESA Entertainment Holding, S.L.U. lo haya consentido previamente por escrito. Al recibir el presente documento, usted admite tener conocimiento de las restricciones impuestas por las leyes de diversos países con respecto a la compra y venta de títulos por cualquier persona que haya recibido esta información y con respecto a la divulgación de esta a otras personas. No podemos determinar si parte de la información contenida en este informe se considera información privilegiada según la legislación de algún país. Semejante determinación únicamente puede realizarse atendiendo a las circunstancias en las que tuvo lugar la divulgación. De ninguna parte del presente documento podrá inferirse un consejo para comprar o vender títulos ni una invitación a hacerlo.



