

www.portaventura.es

Leading European
Destination Resort

Informe anual
de responsabilidad
corporativa



2014





European Destination Resort

INFORME ANUAL
DE RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA 2014
DE GRUPO PORTAVENTURA

Índice

07

Presentación

10

Cifras relevantes
2014

13

El Grupo
PortAventura

23

La Responsabilidad
Corporativa para
crear valor

29

Equipo humano al
servicio del cliente
y visitante

39

Excelencia para
la satisfacción
de los clientes

47

La gestión
medioambiental como
pilar estratégico

61

Gestión económica
para generar valor

69

Una apuesta
por la calidad de
los proveedores

75

La acción social de la
Fundación PortAventura

82

Acerca del informe

84

Informe de
verificación externa

87

Tabla de
contenidos del Global
Reporting Initiative

99

Tabla de contenidos
del Pacto Mundial

Presentación



Presentación

Hemos continuado impulsando nuestra estrategia de expansión, apostando por la internacionalización y la incorporación de nuevos proyectos y atracciones

El año 2014 ha estado de nuevo caracterizado por el crecimiento de nuestra actividad, la inversión y el desarrollo de nuevos planes y el fomento de acciones en el ámbito de la responsabilidad corporativa. A lo largo de los doce meses, hemos continuado impulsando nuestra estrategia de expansión ininterrumpida, apostando por la internacionalización y la incorporación de nuevos proyectos y atracciones, destacando especialmente la inauguración de Angkor y la implantación en el *Resort* del Cirque du Soleil.

Nuestra voluntad es desarrollar un plan a largo plazo apoyado en marcas internacionales conocidas para incrementar el número de visitantes hasta alcanzar los 5 millones anuales en un plazo de dos o tres años, convirtiéndonos en el mejor *Resort* vacacional de Europa. Este plan continuará en los próximos años, gracias a la firma de un acuerdo con Ferrari para construir FerrariLand, que supondrá una inversión aproximada de 100 millones de euros, y el acuerdo de colaboración con Cirque du Soleil, que da la posibilidad de disfrutar de los espectáculos de la compañía en verano durante los próximos cinco años. Para 2015 está prevista la ampliación de la oferta de alta gama con el primer cinco estrellas y la ampliación del Hotel Gold River con habitaciones *deluxe*.

Cerramos 2014 alcanzando objetivos significativos. Hemos continuado con una evolución muy favorable de los principales indicadores económico-financieros y de negocio respecto a 2013. En el negocio hotelero, incrementamos las ventas en un 12,1% y registramos un aumento de aproximadamente 9.200 habitaciones ocupadas respecto al año anterior. En el negocio de eventos, la cifra de ventas incrementó un 55% respecto a 2013, contribuyendo de forma muy importante a la desestacionalización del *Resort*.

Uno de los pilares de nuestro negocio es la excelencia en el servicio. Continuamos apostando por la innovación y la mejora de las atracciones y las instalaciones para responder a las expectativas y las necesidades de ocio de los distintos perfiles de clientes y visitantes. Los premios y reconocimientos recibidos avalan nuestro compromiso

por ofrecer un servicio de calidad. Esto también se pone de manifiesto con los resultados conseguidos en la evaluación de la satisfacción del cliente, situándose la valoración global del día en el parque en 4,18 puntos sobre 5. En el negocio de eventos, la valoración global no ha dejado de crecer, hasta situarse en 4,21 en 2014.

Como *Resort*, impulsar nuestra excelencia en la gestión y la vocación de servicio no es posible sin el talento y la profesionalidad de un equipo formado por 1.448 empleados (a 31 de diciembre) de 35 nacionalidades. En 2014 seguimos ofreciendo oportunidades para que las personas puedan crecer y desarrollarse profesionalmente. La calidad en el empleo, junto a las oportunidades de formación, la apuesta por la igualdad, la diversidad y un entorno laboral seguro, la conciliación y la flexibilidad laboral y el reconocimiento del mérito contribuyen a construir un marco de confianza mutua.

La preocupación de PortAventura por el medio ambiente ha sido y es una constante. La consolidación de nuestro sistema de gestión ambiental nos permite, año tras año, mejorar el desempeño en este ámbito, compatibilizando el desarrollo y la actividad del *Resort* con unos objetivos anuales de reducción. Respecto a 2013, hemos conseguido reducir en un 3% el consumo de agua y energía, respectivamente, llegando al 18% de disminución de la energía por visitante-pernoctación. Uno de los hechos destacados del año, y en referencia a las aves del espectáculo *Aves del Paraíso*, es la ampliación del núcleo zoológico de PortAventura a parque zoológico. Con el compromiso de contribuir a la divulgación en el conocimiento de la biodiversidad y a la sensibilización sobre la necesidad de conservarla, hemos llevado a cabo en el propio parque diversas actuaciones dirigidas a conseguirlo. Además, hemos firmado un convenio de colaboración con la Fundación Zoo de Barcelona para el desarrollo de proyectos conjuntos de conservación e investigación con aves.

Nuestros proveedores constituyen un aliado imprescindible para garantizar la sostenibilidad en nuestra cadena de suministro. Así, les hacemos extensivo nuestro compromiso de responsabilidad corpo-



rativa con la incorporación de criterios sociales y ambientales en los procesos de evaluación y homologación. En 2014 hemos trabajado en la definición de una metodología para la implantación, en 2015, de una nueva plataforma de homologación como herramienta para asegurar el cumplimiento de dichos criterios.

La cultura y la filosofía de PortAventura han estado siempre vinculadas a la creación de valor para la sociedad. Un reflejo de esta aportación está en la dinamización económica que la actividad del *Resort* genera en su entorno. La implicación con la sociedad también se hace efectiva a través de la Fundación PortAventura. En 2014 hemos mantenido nuestro apoyo a proyectos dedicados a niños y jóvenes en riesgo de exclusión social, con una contribución de 647.012 euros. Es de especial relevancia el acuerdo firmado entre la Fundación PortAventura y el Hospital Sant Joan de Déu para los próximos diez años. La Fundación PortAventura se involucrará, con 3 millones de euros, en la construcción de una UCI pediátrica de referencia en Europa; una UCI pionera en tecnología y en la forma de trabajar del equipo médico, incrementando, además, el bienestar del niño hospitalizado y el de su familia. Se crearán también zonas de juego, que, junto con las visitas de los personajes de PortAventura, alegrarán la estancia a los niños que pasen por este hospital.

Teniendo siempre como referencia la transparencia en la gestión, en este informe recogemos toda la información y los datos relevantes de nuestro desempeño. En este sentido, es nuestro deseo renovar el compromiso adquirido el año 2008 con el Pacto Mundial, y contribuir así a la promoción de acciones dirigidas a implantar cada uno de los principios que recoge esta iniciativa internacional. En este sentido, el compromiso con el Pacto Mundial es un ejemplo del rigor con el que esta transparencia se lleva a cabo. Como novedad respecto a anteriores ediciones, el informe ha sido elaborado de acuerdo a G4, la última versión de las guías de GRI. Este cambio ha supuesto modificar la estructura de los contenidos y focalizarnos en la información que es de mayor relevancia para nuestros grupos de interés. Este esfuerzo está relacionado con la voluntad de ofrecer una visión am-

plia pero precisa de todas las variables de nuestra actividad. Una visión global del negocio y de la gestión de su impacto en el entorno permite valorar el avance de nuestra estrategia de responsabilidad corporativa.

Afrontamos el futuro con buenas perspectivas y nuevos retos y objetivos. Tenemos la convicción de que nuestra estrategia de negocio, que integra acciones en responsabilidad corporativa en diferentes ámbitos, permite mejorar la gestión empresarial y, al mismo tiempo, contribuir al desarrollo sostenible y al beneficio de la sociedad. La solidez de nuestro proyecto avala un crecimiento sostenible y comprometido.

Sergio Feder
Presidente Comité Ejecutivo

Cifras relevantes 2014

GRUPO PORTAVENTURA



3.819.474

VISITAS PORTAVENTURA Y COSTA CARIBE AQUATIC PARK¹

CLIENTES



4,18

VALORACIÓN GLOBAL DEL DÍA EN EL PARQUE (PUNTUACIÓN SOBRE 5)

EQUIPO HUMANO



1.448

PLANTILLA A 31 DE DICIEMBRE

PROVEEDORES



1.108

NÚMERO DE PROVEEDORES

FUNDACIÓN PORTAVENTURA



852.731 euros

INVERSIÓN EN ACCIÓN SOCIAL

MEDIO AMBIENTE



739,02 toneladas

RESIDUOS GENERADOS POR CADA MILLÓN DE VISITAS



0,0409 MWh

CONSUMO DE ENERGÍA (ELECTRICIDAD Y GAS NATURAL) POR VISITANTE EN PORTAVENTURA PARK Y COSTA CARIBE AQUATIC PARK

ECONOMÍA



195 millones de euros

FACTURACIÓN EQUIVALENTE



916.761

NÚMERO DE PERNOCTACIONES EN HOTELES

304.848 Hotel PortAventura
171.776 Hotel El Paso
206.596 Hotel Caribe
233.541 Hotel Gold River



37%

VISITANTES INTERNACIONALES



73%

PLANTILLA CON CONTRATO INDEFINIDO



83%

PROVEEDORES INTERNACIONALES



0,0735 m³

CONSUMO DE AGUA PARA EL CONSUMO HUMANO POR VISITANTE EN PORTAVENTURA PARK Y COSTA CARIBE AQUATIC PARK



0,0027 t CO₂ eq.

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO POR CLIENTE



80 millones de euros

EBITDA (RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS, INTERESES Y AMORTIZACIONES)



64.536

PARTICIPANTES EN EL CENTRO DE CONVENCIONES



66%

MUJERES EN PLANTILLA

¹ Incluye los espectadores de Cirque du Soleil.

El Grupo PortAventura





Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Este capítulo cubre

Principio 1

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

Principio 5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 10

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

El mejor destino de ocio en Europa

PortAventura Park, inaugurado en 1995, es actualmente un completo *Resort* internacional y un destino vacacional para familias. Situado entre Salou y Vila-seca (Tarragona), ocupa 227 hectáreas y está compuesto por:



European Destination Resort

PortAventura Park

Costa Caribe Aquatic Park

Hoteles

PortAventura Convention Centre

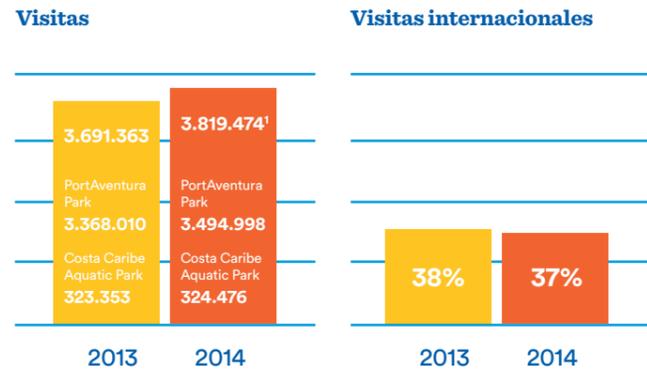
Más de 65 millones de visitantes desde su inauguración

Cerca de 1 millón de pernoctaciones en 2014

154 eventos y cerca de 65.000 participantes en 2014

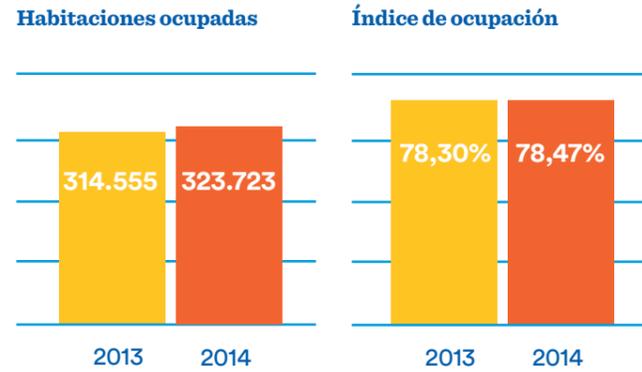
INDICADORES DE ACTIVIDAD

PortAventura Park y Costa Caribe Aquatic Parc



1. Incluye los espectadores de Cirque du Soleil.

Hoteles



Angkor: Aventura en el Reino Perdido, nueva atracción del parque temático

Inspirada en las selvas de Asia, es una atracción acuática del tipo batalla naval que, por su largo recorrido (10 minutos) y su tematización, es un referente europeo. La atracción recrea de forma minuciosa la vegetación y los templos de la antigua Camboya, invitando a los visitantes a vivir una experiencia para todas las edades.



La oferta del Resort

La oferta del *Resort* incluye también la posibilidad de disfrutar de tres campos de golf diseñados por Greg Norman y un *beach club* ofrece eventos especiales (Halloween, Navidad y las Noches Blancas) y, desde 2014, acoge un espectáculo de Cirque du Soleil.

Premios y reconocimientos 2014

Travelife

Gold Award a los hoteles PortAventura, Caribe y El Paso.

TripAdvisor®

Certificado de excelencia para las instalaciones de PortAventura Park, Costa Caribe Aquatic Park, Hotel Gold River, Hotel PortAventura, Hotel Caribe y Hotel El Paso.

Kids Vakantiegids

Kids ThemeParkTip! Quality Mark 2014 para el Hotel Gold River.

Comunidad europea worldofparks.eu

Mejor parque de ocio de Europa de 2014 para PortAventura Park y mejor espectáculo de 2014 en un parque de ocio europeo para el espectáculo *Music Generation*.

Zoover

Mejor parque temático de Europa para PortAventura Park por segundo año consecutivo (más de un 90% de la valoración total en las reseñas de los usuarios).

Distintivo de garantía de calidad ambiental de la Generalitat de Catalunya

Reconocimiento por disponer durante más de diez años del distintivo correspondiente a la categoría de establecimientos hoteleros otorgado a Hotel El Paso y Hotel PortAventura.



Estructura organizativa

El Consejo de Administración es el máximo órgano de gobierno de PortAventura y dispone del Comité de Control Interno y del Comité de Dirección. El 20 de octubre de 2014, se hizo efectivo el nombramiento de Luis Hérault como nuevo director general de PortAventura.

Organigrama PortAventura 2014

Presidente Comité Ejecutivo

Director General



Buen gobierno y ética

PortAventura tiene un firme compromiso con la integridad, la transparencia en la gestión y el buen gobierno para ser un *Resort* excelente. Para ello sus decisiones, comportamientos y actuaciones dan cumplimiento al marco normativo del país y están en línea con las máximas exigencias de ética y responsabilidad, con el objetivo de fomentar relaciones que sean mutuamente beneficiosas para el Grupo y sus grupos de interés.

Internamente, dispone de un *Código de ética y conducta profesional* que establece los principios de actuación que han de regir los comportamientos y las decisiones de todos los empleados, directivos y administradores, y que son desarrollados en detalle en las políticas y las normativas internas de funcionamiento. El código ha sido validado por el Consejo de Administración, el Comité de Control Interno y el Comité de Dirección.

Uno de los principios generales de comportamiento de los profesionales de PortAventura contemplado en el *Código de ética y conducta profesional* se refiere a la anticorrupción y el fraude. Todos los profesionales de PortAventura 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. Asimismo, 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. Por último, todos los profesionales tienen la obligación de poner en conocimiento internamente cualquier incumplimiento del código ético y de las normas de PortAventura en este ámbito.



Participación institucional

La participación de PortAventura en asociaciones y organismos, tanto sectoriales como vinculados a instituciones públicas y el tercer sector social médico, asistencial, entre otros, permite establecer vínculos con el entorno local y el sector, aunar esfuerzos y aprovechar sinergias positivas en el desarrollo de iniciativas específicas.

Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas - Firmante asociado
Asociación Española de Parques Temáticos y de Atracciones (AEPA) - Miembro
International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA) - Miembro
Cámara de Comercio de Tarragona - Socio premium
Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada - Patrono
Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) - Miembro
Federación Empresarial de Hostelería y Turismo de Tarragona (FEHT) - Miembro
Asociación Hotelera Salou-Cambrils-La Pineda - Asociado
Fundació Privada Auditori Josep Carreras - Patrono
Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) - Socio colaborador
Agència Catalana de Turisme (ACT) - Empresa colaboradora
Asociación de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamiento en España (AERCE) - Socio
Fundación ICIL (Institut Català de Logística) - Socio
Club EMAS Cataluña - Socio

Por su parte, el Centro de Convenciones es miembro de:

MPI Spain Chapter
Asociación Ibérica de Gestores Viajes de Negocio (IBTA)
Asociación de Marketing España
Asociación Internacional de Centros de Convenciones (AIPC)
Catalunya Convention Bureau (CCB)
Barcelona Turisme
Tarragona Convention Bureau (TCB)
Site
Barcelona Convention Bureau (BCB)



La Responsabilidad Corporativa para Crear Valor



Integración de la gestión responsable y sostenible en la estrategia

Desde sus orígenes, PortAventura fomenta unas relaciones mutuamente beneficiosas con los diferentes grupos de interés del entorno que le rodea. La adhesión a los principios del Pacto Mundial explicita este compromiso y, en este sentido, el enfoque de gestión de la responsabilidad corporativa se alinea con el enfoque de gestión de los derechos humanos, que se encuentra presente de una forma transversal en la estrategia del Grupo

El Área de Responsabilidad Corporativa coordina y hace seguimiento de la gestión de los aspectos vinculados a la sostenibilidad. Enmarcada en los sistemas de gestión existentes y en el proceso de mejora continua, las diferentes direcciones y áreas operativas establecen objetivos específicos en los ámbitos de la sostenibilidad económica, ambiental y social.

Transparencia en la relación con los grupos de interés

El diálogo y la transparencia son el pilar en la relación de PortAventura con sus grupos de interés, poniendo a su disposición múltiples canales de diálogo, a través de los cuales se comunica y éstos expresan sus inquietudes y expectativas. De esta manera es posible que los valores corporativos de PortAventura sean percibidos y compartidos.



Accionistas

Generando valor y rentabilidad para los accionistas a través de una gestión responsable y sostenible.



Sociedad

Fortaleciendo y mejorando la calidad de vida de la sociedad, gracias a un comportamiento responsable y a una estrecha colaboración con organizaciones sociales.



Clientes

Priorizando 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.



Proveedores y contratistas

Promoviendo la gestión responsable de todas las empresas respecto a su cadena de suministro.



Empleados

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

Misión

“Ser el mejor destino de ocio familiar, de negocio y residencial de Europa”.

Visión

“Crear y ofrecer a nuestros clientes y residentes experiencias únicas y variadas, en un entorno natural, privilegiado y exclusivo, con una visión única y socialmente responsable”.

Valores corporativos

Pasión por el cliente:

“Buscamos, a través de la hospitalidad y la amabilidad, momentos de contacto con nuestros clientes que superen sus expectativas”.

Calidad:

“Nuestra seña de identidad es la calidad: en la diversión, el espectáculo, la seguridad, la limpieza, el cuidado del entorno, la ambientación y la tematización”.

Espíritu de equipo:

“Trabajamos conjuntamente para alcanzar objetivos comunes con comprensión, confianza, ayuda y respeto”.

Compromiso:

“La innovación marca nuestras actuaciones e intentamos ir más allá de nuestras obligaciones, superando objetivos, con el máximo respeto ambiental y social”.



Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Desde 2008, PortAventura está adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, una iniciativa de compromiso ético para integrar los diez principios de conducta y acción en materia de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción en sus operaciones y estrategia.

Desde 2008 PortAventura está adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Análisis de materialidad y resultados

El Informe de responsabilidad corporativa 2014 de PortAventura quiere dar respuesta a aquellos temas que interesan a los colectivos y las personas con quienes se relaciona y que, a la vez, son prioritarios para el propio grupo empresarial. Para ello, ha desarrollado un análisis de materialidad, cumpliendo así con los requisitos de la Guía G4 de GRI. El proceso ha sido liderado por el Área de Responsabilidad Corporativa del Grupo, y ha contado con la implicación de personas responsables de los departamentos organizacionales y las áreas específicas que tienen relación con los diferentes grupos de interés.

Para determinar qué temas son relevantes para los grupos de interés, se ha llevado a cabo un proceso con varias fases, según la norma AA-1000SES de Accountability y considerando los principios de la Guía G4 de GRI.

Identificación

Para determinar los temas de mayor interés general, se identificaron aquellos aspectos y asuntos relevantes para el sector en el que opera PortAventura. Este ejercicio se realizó mediante el desarrollo de un estudio de *benchmarking* sectorial que ha incluido tanto otros parques temáticos como *Resorts*. Esta fase se ha completado con el análisis de estándares de referencia elaborados por el *Global Reporting Initiative y Governance & Accountability*.

Priorización

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, de modo que el peso de cada grupo es directamente proporcional a su grado de importancia para el Grupo.

Como resultado del proceso, se identificaron los aspectos y los asuntos prioritarios para PortAventura y sus grupos de interés. Quedan plasmados en la matriz de materialidad, que clasifica dichos temas en función de su relevancia interna y externa.

Para determinar que temas son relevantes para los grupos de interés se ha llevado a cabo un proceso de consulta

Validación

Para asegurar que la materialidad refleja de manera razonable y equilibrada los asuntos relevantes para el desempeño sostenible de PortAventura, 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*.

MATRIZ DE MATERIALIDAD

| | | Aspectos y asuntos materiales | |
|---------------------------------------|---|---|---|
| Relevancia para los grupos de interés | Alta | <ul style="list-style-type: none"> Efluentes y residuos | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> Prácticas de adquisición Promoción del patrimonio cultural y natural del territorio* Accesibilidad arquitectónica* | <ul style="list-style-type: none"> Materiales Biodiversidad Emisiones Productos y servicios Comunidades locales Seguridad del <i>merchandising</i>* Desempeño económico Energía Agua Capacitación y educación Privacidad de los clientes Seguridad alimentaria y promoción de hábitos de alimentación saludable* |
| Baja | <ul style="list-style-type: none"> General | <ul style="list-style-type: none"> 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

- 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 G4 de GRI)

Equipo Humano al Servicio del Cliente y Visitante



Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Este capítulo cubre

Principio 1

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

Principio 2

Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

Principio 3

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

Principio 4

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

Principio 5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6

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

Calidad del empleo y bienestar de las personas

Perfil de la plantilla

PortAventura está comprometida con la creación de un marco de confianza en el que los empleados puedan crecer y desarrollarse profesionalmente. La comunicación, la formación, el desarrollo profesional, la conciliación y la flexibilidad laboral y el reconocimiento del mérito constituyen los pilares sobre los que se construye la confianza.

En 2014, la plantilla de PortAventura estuvo formada por 1.614 empleados de media, llegando a los 2.583 empleados en agosto, siendo éste el mes de máxima contratación en parques y hoteles. Así, la plantilla se caracteriza por la estacionalidad, habiendo un aumento de las contrataciones durante la temporada turística, principalmente en los meses de mayo a agosto y en octubre, en motivo de la celebración de Halloween.

1.614 empleados de media en la plantilla durante 2014

73% de la plantilla con contrato indefinido

TAMAÑO DE LA PLANTILLA (A 31 DE DICIEMBRE)

Personal propio



Personal externo



Nota: La Fundación PortAventura, entidad independiente de PortAventura, tiene una empleada en plantilla. Ésta 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 la empleada de Fundación.

PLANTILLA SEGÚN EL TIPO DE CONTRATACIÓN Y JORNADA (A 31 DE DICIEMBRE)

Contratación indefinida



Contratación eventual



Jornada completa



Jornada parcial



DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA SEGÚN GRUPOS DE EDAD Y GÉNERO (A 31 DE DICIEMBRE)

| | ≤25 AÑOS | 26-35 AÑOS | 36-45 AÑOS | 46-55 AÑOS | 56-65 AÑOS |
|--|----------|------------|------------|------------|------------|
|  | 98 | 134 | 157 | 88 | 13 |
|  | 151 | 249 | 302 | 175 | 81 |

Más de 300 puestos de trabajo se cubren con perfiles profesionales especializados

PortAventura promueve la contratación del colectivo de estudiantes mediante el impulso de medidas tales como los contratos de fines de semana y festivos y los puestos de trabajo específicos para menores de edad (16 años). Además, dirigido también a este colectivo, ofrece ayudas a los estudios para los empleados matriculados en la Universitat Rovira i Virgili, acoge a estudiantes en prácticas y concede permisos para exámenes.

Conciliación de la vida profesional y personal

PortAventura ofrece diversas opciones y medidas que permiten flexibilizar el lugar de trabajo. El personal de los departamentos de Servicios trabaja sin un horario fijado siempre que se cubra el servicio, siendo cada empleado quien se autogestiona el tiempo dentro de una franja horaria, y es su responsabilidad hacerlo de forma positiva. Las medidas ofrecidas al personal operativo son: horarios rotativos, flexibles e intensivos y contratos a la carta.

Servicios y beneficios sociales

Con el objetivo de favorecer la integración y la motivación, PortAventura ofrece los siguientes beneficios sociales para todos sus empleados: seguro de accidentes colectivo, guía de ventajas para empleados (descuentos en distintos servicios y productos de establecimientos externos) y condiciones ventajosas para acceder al *Resort* (acceso libre al parque, parking gratuito, disponibilidad de pases de temporada, descuentos en packs de entradas para PortAventura Park y el parque acuático y en hoteles, tiendas, restauración y alquiler de servicios). Además, en 2014 se han ofrecido alrededor de 1.000 invitaciones para el espectáculo *Kooza*, así como Wi-Fi gratuito en los comedores del personal del parque.

PLANTILLA SEGÚN CATEGORÍA LABORAL (A 31 DE DICIEMBRE)

| DIRECTIVOS Y JEFES DE ÁREA | |
|--|-------------|
| 29 2013 | 33 2014 |
| SUPERVISORES, TÉCNICOS Y ADMINISTRATIVOS | |
| 467 2013 | 480 2014 |
| PERSONAL DE OPERACIONES | |
| 789 2013 | 935 2014 |

98% de la plantilla de PortAventura cubierta por el convenio colectivo propio (99% en 2013)

Entorno laboral inclusivo

Igualdad de oportunidades y no discriminación

PortAventura tiene un compromiso explícito a favor de la diversidad, la igualdad de oportunidades y la no discriminación, que se pone de relieve con su Plan de Igualdad, incluido en el convenio colectivo y de acuerdo con lo establecido en la Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. También dispone de un protocolo contra el acoso laboral, del cual se ha hecho difusión mediante un tríptico informativo y de sensibilización.

El compromiso con la igualdad también se hace efectivo ayudando a insertar a mujeres en el mundo laboral a través del contacto con instituciones y organismos públicos y la concesión de reducciones por maternidad.

Multiculturalidad

En el entorno multicultural de PortAventura conviven personas de diferentes nacionalidades, motivo por el cual la integración de culturas siempre ha constituido un reto en la gestión de los recursos humanos. En 2014, la plantilla estaba formada por 35 nacionalidades diferentes a la española, representando el 10% de la plantilla (141 empleados). Para facilitar la integración de estos nuevos empleados, se colabora con asociaciones de inserción laboral de inmigrantes, se ofrece un servicio de alojamiento y clases de castellano y catalán.

PLANTILLA SEGÚN NACIONALIDAD 2014

| ESPAÑA | RESTO DE EUROPA | AMÉRICA | ÁFRICA Y ASIA |
|--------|---|---|---|
| 1.307 | 58 | 27 | 56 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ALEMANIA 7 BÉLGICA 1 BULGARIA 4 REPÚBLICA CHECA 1 FRANCIA 9 GRECIA 1 HOLANDA 1 ITALIA 15 LETONIA 1 LITUANIA 1 POLONIA 3 PORTUGAL 5 RUMANÍA 8 UCRANIA 1 | <ul style="list-style-type: none"> ARGENTINA 5 BOLIVIA 2 BRASIL 2 CANADÁ 1 CHILE 1 COLOMBIA 6 CUBA 1 REPÚBLICA DOMINICANA 3 HONDURAS 1 MÉXICO 1 PERÚ 2 URUGUAY 1 VENEZUELA 1 | <ul style="list-style-type: none"> ARGELIA 2 REPÚBLICA DEMOCRÁTICA 2 DEL CONGO 1 GUINEA ECUATORIAL 6 MARRUECOS 34 NIGERIA 1 SENEGAL 8 RUSIA 4 |

MUJERES SEGÚN LA CATEGORÍA LABORAL (A 31 DE DICIEMBRE)

| DIRECTIVAS Y JEFAS DE ÁREA | |
|--|-------------|
| 48% 2013 | 42% 2014 |
| SUPERVISORAS, TÉCNICAS Y ADMINISTRATIVAS | |
| 63% 2013 | 64% 2014 |
| PERSONAL DE OPERACIONES | |
| 70% 2013 | 68% 2014 |

66% de mujeres en plantilla

Integración de personal discapacitado

El compromiso por la integración laboral de colectivos de personas con discapacidad (físicos motóricos y no motóricos, visuales, auditivos, retraso psíquico y trastorno mental) y en riesgo de exclusión social, más allá de lo establecido en el marco legal, es una constante en PortAventura. Para ello, ofrece diferentes tipos de puestos de trabajo: atracciones, admisiones y parking, limpieza, restauración, tiendas, administrativos, cocineros, etc. Para la selección del personal, mediante un proceso individual basado en entrevistas por capacidades, se colabora con entidades sociales tales como Fundación Down Tarragona, C.P.E.E Sant Rafael (Tarragona), Fundación ECOM, Centro de Programas Territoriales del ASJTET (Área de Soporte a los Jóvenes Tutelados y Extutelados de Tarragona) y Programas *Maragda* y *Heura* del Consell Comarcal del Baix Camp. Este colectivo recibe cursos de formación adaptados y se le realiza un seguimiento mediante entrevistas con el supervisor/tutor. Complementario a la contratación directa, PortAventura compra bienes y servicios a centros especiales de trabajo del territorio respondiendo al compromiso adquirido.

PERSONAS CON DISCAPACIDAD SEGÚN CATEGORÍA LABORAL (MEDIA DE PERSONAL ANUAL)

| DIRECTIVOS Y JEFES DE ÁREA | SUPERVISORES, TÉCNICOS Y ADMINISTRATIVOS |
|----------------------------|--|
| 1 2013 | 5,58 2013 |
| 1 2014 | 3,75 2014 |
| PERSONAL DE OPERACIONES | TOTAL |
| 32,67 2013 | 39,25 2013 |
| 26,50 2014 | 31,25 2014 |

Más del 2% de empleados con alguna discapacidad en la plantilla

Formación y desarrollo profesional

Formación

PortAventura apuesta por la formación continua y progresiva, un aspecto fundamental para el desarrollo profesional del equipo humano, mediante el despliegue de programas formativos para potenciar y garantizar el talento de las personas. La formación se adapta a las funciones de los diferentes perfiles profesionales, con el objetivo de ofrecerles los conocimientos necesarios para el desarrollo de sus actividades diarias y reforzar sus competencias y habilidades.

El plan de formación de PortAventura se estructura en tres bloques:

- **Formación corporativa (obligatoria):** dirigida a todos los empleados según su lugar de trabajo; integra conceptos propios del Grupo.
- **Formación en materia de seguridad, salud y medio ambiente (obligatoria):** dirigida a todos los empleados según su lugar de trabajo, de acuerdo a la Ley de Prevención de Riesgos Laborales 31/1995, y para cumplir con el cuarto principio de actuación de la Política Medioambiental del Grupo.
- **Formación de desarrollo:** dirigida a mejorar las habilidades personales y/o técnicas de los participantes, y diseñadas e impartidas con recursos propios o externos.

Políticas de compensación y reconocimiento del mérito

El 13,6% de la plantilla (13% en 2013) está sujeto a un sistema de remuneración variable en función del cumplimiento de los objetivos individuales y de grupo. Además, el reconocimiento del mérito de los empleados también se hace efectivo con el Premio a la Mejor Unidad, dirigido a mandos de nivel B (encargados) de las áreas de Venta (tiendas, juegos y restauración) que consigan los objetivos trimestrales de productividad y Guest Satisfaction (GSAT), y el Premio al Empleado del Trimestre, otorgado a los empleados de otros ámbitos de las unidades ganadoras del Premio a la Mejor Unidad que destacan en el desempeño de su trabajo. En este caso, se incluyen también las áreas de Espectáculos, Operaciones y Recepciones de Hoteles que consigan los objetivos trimestrales de GSAT.

2.874 empleados han recibido formación

INDICADORES DE FORMACIÓN

INVERSIÓN RECIBIDA A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓN ESTATAL PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO (FEFE) PARA LA FORMACIÓN DE LOS EMPLEADOS

567 €
2013 25.369 €
2014

EMPLEADOS QUE HAN ASISTIDO A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN

8.783
2013 9.276
2014

ACCIONES DE FORMACIÓN

502
2013 817
2014

FORMACIÓN PRESENCIAL

100%
2013 85%
2014

FORMADORES INTERNOS

30
2013 30
2014

Seguridad y salud en el entorno laboral

La seguridad de los empleados de PortAventura es una prioridad para el Grupo. Para ello establece medidas de seguimiento y control, complementadas con acciones de prevención, con el fin de promover un entorno seguro y el bienestar en todos y cada uno de los puestos de trabajo. Este compromiso está recogido en la Política de prevención de riesgos laborales y en las Normas generales de seguridad y salud. El Comité de Seguridad y Salud es un órgano paritario y colegiado de participación. Está formado por siete delegados de Prevención y siete representantes de la empresa designados por la Dirección de PortAventura, representando el 100% de la plantilla media anual; promueve iniciativas y programas para mejorar la salud y la seguridad en el entorno laboral.

En 2014 se han llevado a cabo un total de 109 simulacros de emergencia, 124 evaluaciones de riesgos, 176 informes técnicos (ruido, estrés térmico e iluminación), 58 cursos prácticos de prevención contra incendios y 206 cursos en materia de prevención de riesgos laborales. Además, el servicio médico ha realizado 1.440 reconocimientos médicos, 1.083 consultas médicas, 7 vacunaciones y 202 consultas relativas a exenciones.

PortAventura dispone de herramientas y procesos para garantizar la seguridad de las personas que realicen cualquier tipo de actividad dentro de sus instalaciones.

Comportamiento positivo de los indicadores de seguridad y salud respecto a 2013



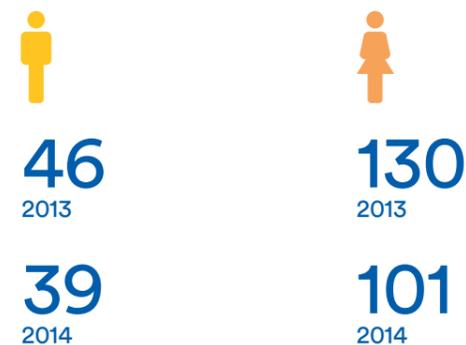
Fifty-Fifty, un programa de salud pionero en PortAventura

PortAventura, en colaboración con la Fundación She, impulsada por el cardiólogo Dr. Valentí Fuster, ha puesto en marcha el programa de salud integral Fifty-Fifty. Este proyecto es un estudio con metodología científica que pretende mejorar la salud integral en personas adultas que presenten uno o más factores de riesgo cardiovascular mediante la modificación de sus hábitos de salud. Fifty-Fifty es una iniciativa totalmente gratuita y PortAventura es la primera empresa del país en la que se implanta este programa. Tras un periodo de información, se seleccionó a 50 empleados para participar en el programa.

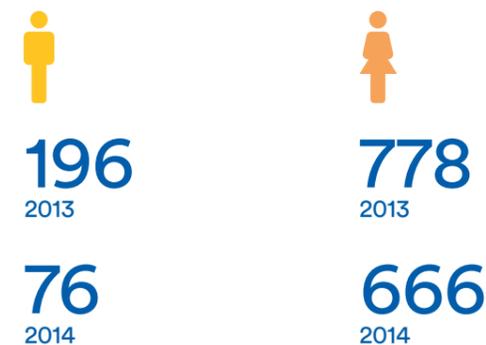
Como novedad de 2014, y complementando el programa Fifty-fifty, se han llevado a cabo cuatro talleres de hábitos saludables dirigidos a los empleados, organizados por el Servicio de Prevención. Las temáticas de los talleres fueron: *Nutrición, recomendaciones para realizar una dieta saludable, Enfermedades cardiovasculares, prevenir factores de riesgo, Nutrición: tipos de dietas, beneficios e inconvenientes y Lípidos plasmáticos (colesterol).*

INDICADORES DE SEGURIDAD Y RIESGOS

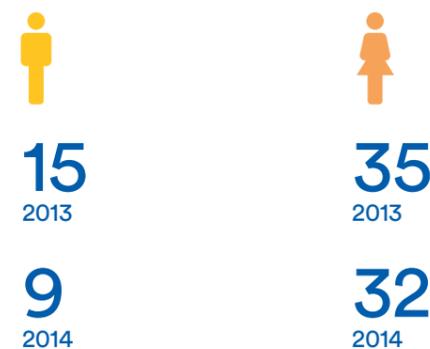
Número de accidentes sin baja laboral



Número de jornadas perdidas



Número de accidentes con baja laboral



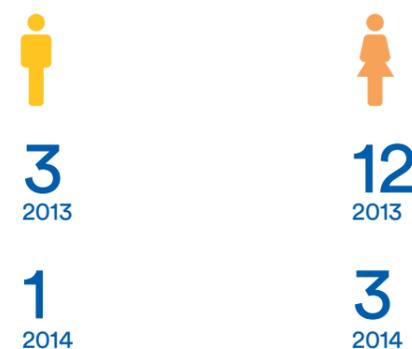
Índice de frecuencia¹



Índice de la incidencia¹



Número de accidentes con baja laboral *in itinere*



Índice de gravedad¹



Índice de absentismo¹



¹ No se dispone de datos segregados por género.

Nota: La tasa de absentismo incluye los accidentes de trabajo, los accidentes de trabajo *in itinere*, las incapacidades temporales de enfermedad y prolongadas.

Excelencia para la Satisfacción de los Clientes



Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Este capítulo cubre

Principio 1

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

Principio 2

Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

Principio 5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6

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

Principio 8

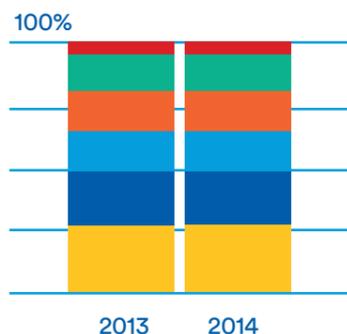
Las empresas deben fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Perfil de los clientes

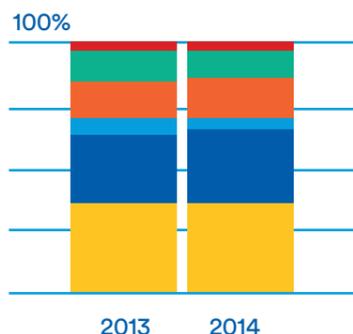
PortAventura se ha convertido en un destino turístico de referencia a escala internacional. Esto ha sido posible gracias a un enfoque orientado a satisfacer las necesidades y las expectativas de los diferentes perfiles de clientes. La transformación a *Resort* de vacaciones permite satisfacer las necesidades de ocio tanto del cliente de una jornada, o de pocos días, como de los clientes que buscan un destino para disfrutar de estancias más largas.

37% de visitantes internacionales

Procedencia del cliente de PortAventura Park

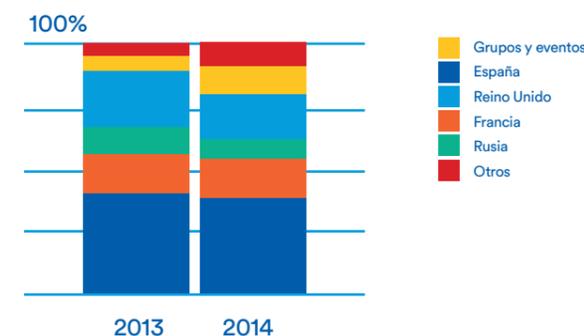


Procedencia del cliente de Costa Caribe Aquatic Park



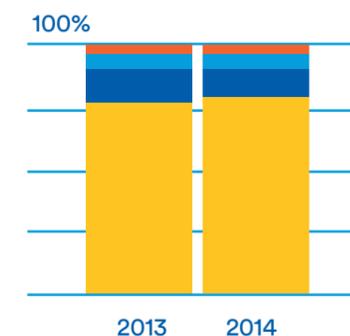
- Cataluña
- Resto de España
- Reino Unido
- Francia
- Rusia
- Otros

Procedencia del cliente de los hoteles

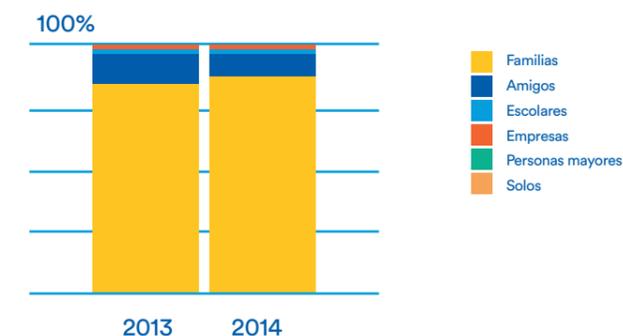


3/4 partes de las visitas al parque son familias con hijos

Perfil del cliente de PortAventura Park

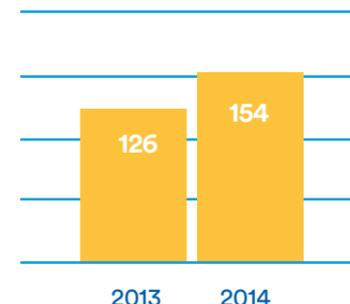


Perfil del cliente de Costa Caribe Aquatic Park

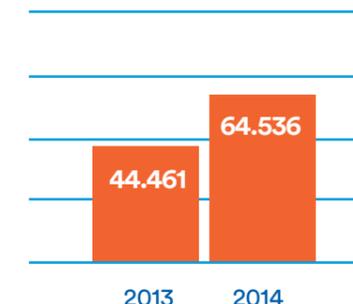


PortAventura Business & Events ofrece un espacio de referencia en toda Europa en el que celebrar cualquier tipo de evento. PortAventura Convention Centre es el único centro de reuniones profesionales que cuenta con un parque temático propio. A esta ventaja estratégica se le suman las habitaciones de los cinco hoteles del *Resort*, un parque acuático, una completa oferta en restauración, espectáculos propios, actividades de golf y *team building*, así como aperturas de áreas temáticas en exclusiva. Actualmente, el Centro de Convenciones es una de las palancas estratégicas de crecimiento del *Resort*.

Eventos del Centro de Convenciones



Participantes del Centro de Convenciones



En 2014 el Centro de Convenciones acogió 154 eventos, en los que participaron cerca de 65.000 personas. De ellos, el 61% fue organizado por empresas internacionales, correspondiendo el 39% restante a servicios procedentes del mercado nacional.

Seguridad de las instalaciones y los productos

La seguridad de las instalaciones, los servicios de restauración y el movimiento de personas es una de las máximas prioridades para PortAventura. Con este fin implanta medidas de mejora en este ámbito, aplica protocolos de actuación para casos de incidencias y emergencias, y dispone de sistemas de seguimiento y control que tienen como finalidad mejorar y garantizar la seguridad en parques, hoteles, centro de convenciones, actividades desplazadas del *Resort* y servicios de restauración.

En cumplimiento de las regulaciones gubernamentales locales, nacionales y supranacionales relacionadas con la seguridad, antes de su apertura al público, todas las atracciones son certificadas por TÜV SÜD Iberia, además de ser inspeccionadas y certificadas anualmente por SGS, entidad independiente autorizada por el gobierno. Además de las inspecciones diarias de mantenimiento, en temporada baja el personal de mantenimiento examina las atracciones y las repara, las remodela y las reconstruye en caso de que sea necesario.

El manual de los procedimientos de mantenimiento de cada atracción está certificado por SGS. La ejecución de los procedimientos es auditada periódicamente por un consultor independiente en seguridad y salud industrial. Otras secciones de cada parque están sujetas a inspecciones por parte de jefes de bomberos locales y funcionarios de salud y mantenimiento de edificios. El Comité de Seguridad, que se reúne trimestralmente, es responsable de la gestión de riesgos de seguridad.

Otro de los aspectos vinculados a la seguridad del visitante del parque se refiere a ofrecer información clara y concisa para la toma de decisiones en relación al uso de las atracciones. Las atracciones tienen restricciones de uso y normas de seguridad específicas que se hallan situadas en la entrada de cada atracción. Todos los visitantes están sujetos a las normas de funcionamiento de PortAventura Park y Costa Caribe Aquatic Park.



La seguridad de las instalaciones es una de las máximas prioridades para PortAventura

Seguridad alimentaria y promoción de hábitos de alimentación saludable

El *Resort* cumple con toda la normativa vigente de seguridad alimentaria, y esto incluye un sistema de trazabilidad interno. Para ello, lleva a cabo tres tipos de auditorías para conocer el estado de implantación de los sistemas de seguridad alimentaria y detectar las posibles desviaciones existentes en su aplicación, así como oportunidades de mejora.

- **Auditorías higiénico-sanitarias.** Tienen la función de supervisar y evaluar el grado de implantación del sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control (APPCC). Se realizan tanto auditorías internas (personal propio de calidad de PortAventura) como externas (auditor especializado en el sector de la restauración), según una planificación anual establecida a principio de temporada con una frecuencia mensual o bimensual. Al final de temporada, se recopilan los resultados obtenidos en las auditorías y se elabora un informe por unidad de restauración que analiza la evolución en el seguimiento del sistema APPCC y plantea aspectos de mejora. En 2014 se realizaron más de 50 auditorías externas a centros de restauración (servicios a mesa, autoservicios, *supercarts*, hoteles y parque acuático) y 115 auditorías internas.
- **Análisis microbiológicos de alimentos.** Son un método de control a posteriori del correcto funcionamiento del sistema implantado y la aplicación de las buenas prácticas de manipulación de los alimentos. Se realizan análisis de platos elaborados en los diferentes puntos de servicio. Las muestras son recogidas por parte de unos laboratorios externos con el fin de valorar cómo llega el producto al cliente final. Las analíticas son mensuales y se tienen en cuenta los periodos y los horarios de apertura, y el tipo de alimentos elaborados en el establecimiento. Los parámetros analizados son los establecidos por la normativa comunitaria más otros, según criterio interno. Al final de temporada, se hace un resumen de todas las analíticas que permite ver los resultados anuales por centro, estudiar la evolución y detectar posibles errores y puntos de mejora en las manipulaciones.
- **Auditorías a proveedores de alimentación.** Se realizan cuando se detectan no conformidades repetitivas, o cuando se sospecha que algo puede no estar funcionando de acuerdo a la normativa higiénico-sanitaria vigente. En caso de que la auditoría no obtenga unos mínimos resultados, se procederá a la deshomologación del proveedor. Estas auditorías las puede realizar personal interno de PortAventura o un auditor externo contratado. En 2014 se realizaron dos auditorías externas y una interna.

Con el fin de atender a personas con necesidades alimentarias específicas, los restaurantes del *Resort* tienen en cuenta dietas especiales y alergias alimentarias, y se colabora con los proveedores habituales para ofrecer este tipo de alimentos. Regularmente, el *Resort* dispone, en sus principales puntos de restauración, de una carta especial para personas con celiaquía, elaborada con el asesoramiento de la Associació de Celiacs de Catalunya. Además, el Área de Restauración propia elabora los menús priorizando el uso de productos saludables, así como los producidos en el ámbito local y de temporada. En esta línea, destaca la oferta de menú saludable (Brain Food). Como novedad, hemos introducido opciones vegetarianas en las ofertas y se ofrece fruta cortada y zumos en muchos puntos de restauración.



Seguridad del merchandising

En PortAventura, donde el *target* principal son familias con niños menores de 12 años, todos los artículos dirigidos al público infantil, sean juguetes o no, son considerados juguetes, cumpliendo con la normativa europea vigente de seguridad del juguete, marcado CE y etiquetaje.

- Ensayos de seguridad de los juguetes según la norma europea 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
- Marcado CE
- Declaración CE de conformidad
- Evaluación del etiquetado
- Determinación de sustancias restringidas según Directiva RoHS

PortAventura está asesorada por AIJU (AIJU es el Instituto Tecnológico especializado en juguete, producto infantil y ocio, ubicado en España e implantado también en China), el cual actualiza cualquier cambio en la normativa tanto de seguridad como de otros ensayos que realiza el *Resort*, como, por ejemplo, el de Food Contact.

Accesibilidad arquitectónica

PortAventura tiene como objetivo la comodidad de los visitantes. De manera continuada, incorpora mejoras para ser un espacio libre de barreras arquitectónicas. Para personas con movilidad reducida, las instalaciones están adaptadas con rampas en edificios y jardines, elevadores en piscinas, ayudas técnicas en varias atracciones, habitaciones adaptadas en los hoteles, plazas de parking reservadas, etc. 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 2014 se ha habilitado un nuevo acceso con rampa para acceder a la oficina de atención a los usuarios de la tarjeta Club de PortAventura.

Orientación a las expectativas y la satisfacción de los clientes

La diversión, el espectáculo, la innovación, el cuidado del entorno, la ambientación y la tematización de las atracciones y los hoteles del *Resort*, unido a la hospitalidad, la amabilidad y la proximidad en el trato y el compromiso de ofrecer la mejor experiencia a los clientes y los visitantes, suponen convertir la calidad en el eje principal de la confianza y la satisfacción de los clientes.

PortAventura dispone de la certificación *Destino de turismo familiar*, otorgada por Turisme de Catalunya, que evalúa el compromiso de calidad y la atención especializada para familias.

Cerca del 90% de los clientes probablemente o seguramente volverían a visitar PortAventura Park

EVALUACIÓN SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Satisfacción del cliente

VALORACIÓN GLOBAL DEL DÍA EN EL PARQUE (PUNTUACIÓN SOBRE 5)

4,18 2013 4,18 2014

VALORACIÓN DEL SERVICIO PROPORCIONADO POR LOS EMPLEADOS EN EL PARQUE (PUNTUACIÓN SOBRE 5)

4,14 2013 4,19 2014

POSIBILIDAD DE QUE EL CLIENTE SEGURAMENTE O PROBABLEMENTE VUELVA AL PARQUE

89% 2013 88% 2014

POSIBILIDAD DE QUE EL CLIENTE RECOMIENDE VISITA A LOS HOTELES (SEGURO Y PROBABLEMENTE)

93% 2013 93% 2014

LA EXPERIENCIA EN LOS HOTELES SUPERÓ LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE

35% 2013 35% 2014

VALORACIÓN GLOBAL DEL CENTRO DE CONVENCIONES (PUNTUACIÓN SOBRE 5)

4,17 2013 4,21 2014

La satisfacción del cliente, además de ser un elemento diferenciador y un factor competitivo, es un objetivo estratégico. Los empleados representan el valor del *Resort*, siendo la parte fundamental y decisiva para la satisfacción del cliente.

Privacidad del cliente

Las herramientas y los sistemas de gestión establecidos permiten garantizar el cumplimiento de toda la legislación específica y aplicable en materia de confidencialidad y protección de datos de carácter personal. Así, en cumplimiento de lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (en adelante, LOPD), los datos de carácter personal proporcionados a PortAventura a través de los diferentes canales de comunicación pasan a formar parte de los ficheros propiedad de la empresa, y son tratados de acuerdo con la legislación vigente en materia de protección de datos personales. En 2014 no se ha registrado ninguna reclamación sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.

Más de 4 puntos sobre 5 en la valoración global de PortAventura Park, siendo el servicio proporcionado por los empleados uno de los aspectos mejor valorados de todas las unidades

35% de los clientes de los hoteles aseguran que su experiencia en PortAventura superó sus expectativas

La Gestión Medioambiental como Pilar Estratégico



Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Este capítulo cubre

Principio 7

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

Principio 8

Las empresas deben fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad medioambiental.

Principio 9

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

Para una información más detallada del desempeño ambiental de PortAventura, puede consultar la *Declaración ambiental* de 2014.

Gestión ambiental consolidada

PortAventura es consciente de los impactos de su actividad en el medio ambiente y por ello integra la protección ambiental en su estrategia y comportamientos, tal como se pone de manifiesto en la Política ambiental, las Prácticas generales ambientales y con 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 ISO14001.
- Desde 2009, sistema de sostenibilidad de Travelife: turismo sostenible en hoteles.

La organización interna de la gestión ambiental de PortAventura es transversal y cuenta con la participación de:

- Comité de Dirección, jefes y responsables de área, quienes toman decisiones en materia de gestión ambiental dentro del *Resort*, a propuesta del RSGMA.
- Representante del sistema de gestión medioambiental (RSGMA), el cual es un directivo que hace de nexo con el Comité de Dirección.
- Comité ambiental Equipo Verde, integrado por un miembro de cada departamento de PortAventura; es responsable de liderar las iniciativas ambientales, hacer cumplir los sistemas de gestión y las normativas implantadas, supervisar los resultados alcanzados y establecer nuevos objetivos. Este comité se reúne cada dos meses.

El *Código ético y conducta profesional* establece que todos los empleados deben cumplir la normativa en materia ambiental, actuando en línea con la política ambiental del *Resort* y la normativa ISO 14001 y EMAS.



Para un adecuado control y seguimiento del comportamiento ambiental del *Resort*, periódicamente se llevan a cabo auditorías medioambientales. En 2014 se han realizado las siguientes: 15 auditorías de control operacional interno en áreas específicas, 1 auditoría de verificación de requisitos legales en materia de medio ambiente y seguridad industrial, 1 auditoría interna del sistema de gestión medioambiental y 1 auditoría externa según la ISO 14001:2004 y EMAS III.

PRINCIPALES IMPACTOS AMBIENTALES



European Destination Resort



Consumo de AGUA
Consumo de ENERGÍA
Consumo de MATERIALES



EMISIONES a la atmósfera



Generación de RESIDUOS
Generación de AGUAS RESIDUALES



Afectación a la BIODIVERSIDAD



Eventos sostenibles en PortAventura

PortAventura, incluidos el Centro de Convenciones, los hoteles y el parque temático, apuesta por la organización de eventos sostenibles gracias a sus instalaciones, preparadas para reducir las emisiones de CO₂, prevenir, minimizar y reciclar los residuos, utilizar materiales reciclados y reutilizables e iluminación de bajo consumo y favorecer el uso de la documentación digital, entre otros. Un evento sostenible aporta beneficios desde el punto de vista empresarial, social y ambiental, entre los que destacan el ahorro económico, el acceso a nuevos mercados más rigurosos y especializados, la mejora de la reputación de marca, la contribución a la satisfacción de necesidades y la ayuda al desarrollo de nuevos mercados éticos.



Eficiencia en el consumo de recursos

La gestión eficiente de los recursos es uno de los aspectos más destacados de la estrategia ambiental de PortAventura. Para ello, se marcó el reto de compatibilizar el desarrollo y la actividad del *Resort* con unos objetivos anuales de reducción.

Agua: ahorro y reutilización

Uno de los principales retos es el ahorro de agua, un recurso fundamental en el funcionamiento y la tematización del *Resort*. Para reducir su consumo, algunas acciones de mejora implantadas son el control de fugas potenciales, las pruebas de estanquidad, el riego automático en los parques y los equipos de fontanería con sistemas de ahorro, entre otros.

El uso de agua para el consumo humano está muy condicionado por el correcto comportamiento de los clientes del parque y los hoteles, ya que son éstos 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 cuenta con su propia estación meteorológica, capaz de registrar parámetros que permiten controlar el aporte exacto de agua en las zonas ajardinadas.



Consumo anual de agua según origen y utilidad (m³)

Agua procedente del suministro municipal

Agua para el consumo humano
(utilizada en restaurantes, aseos, higiene personal, limpieza, etc.)

| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
|---|----------------|----------------|---------------------|
| PortAventura Park / Costa Caribe Aquatic Park | 274.416 | 273.322 | -0,40% |
| Hoteles | 143.677 | 166.444 | 15,85% |
| Centro de Convenciones | 771 | 852 | 10,51% |
| Total | 418.864 | 440.618 | 5,19% |

Agua recreativa y para el baño

| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
|---|----------------|----------------|---------------------|
| PortAventura Park / Costa Caribe Aquatic Park | 191.984 | 195.510 | 1,84% |
| Hoteles | 109.804 | 123.153 | 12,16% |
| Total | 301.788 | 318.663 | 5,59% |

Agua para el riego¹

| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
|---|--------------|------------|---------------------|
| PortAventura Park / Costa Caribe Aquatic Park | 3.916 | 464 | -88,14% |
| Hoteles | 634 | 56 | -91,24% |
| Total | 4.550 | 520 | -88,57% |

Total 725.202 759.801 4,77%

Aguas residuales procedentes de EDAR

Agua regenerada para riego²

| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
|---|----------------|----------------|---------------------|
| PortAventura Park / Costa Caribe Aquatic Park | 179.580 | 128.863 | -28,24% |
| Hoteles | 72.835 | 59.600 | -18,17% |
| Centro de Convenciones | 1.985 | 4.416 | 122,47% |
| Total | 254.400 | 192.879 | -24,18% |

Consumo total de agua 979.601 952.624 -2,75%

En 2014 PortAventura ha impulsado un seguimiento más exhaustivo y riguroso de los consumos de agua mediante el control diario de los contadores, la incorporación de personal de soporte en el proceso de control de consumos y contadores, y el análisis de consumos procedentes de eventos, obras y calendarios de aperturas.

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 pluviales del parque.

Nota: Los datos proceden de mediciones directas de contadores.

1. En ocasiones, el agua procedente del EDAR 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. Ante estas situaciones, se utiliza agua procedente del suministro municipal para garantizar la supervivencia de las especies vegetales.

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 procede del tratamiento terciario de la Estación Depuradora de Aguas Residuales de Vila-seca y Salou.



Energía: eficiencia y reducción

La energía eléctrica (81%) y el gas natural (16%) son los principales consumos energéticos del *Resort*. La eficiencia en el consumo de electricidad se debe, principalmente, al sistema de iluminación de bajo consumo en todas las dependencias y al uso de un sistema centralizado de gestión de la energía en hoteles, el Centro de Convenciones y el parque que permite optimizar el uso de la iluminación y los equipos de climatización. Por su parte, los hoteles disponen de recursos para poder ahorrar energía eléctrica (llave de conexión para disponer de energía en la habitación o desconexión del aire acondicionado al abrir la ventana, entre otras).

Alrededor del 3% de disminución del consumo energético total respecto a 2013



Consumo anual de energía (GJ)

| Energía eléctrica | | | |
|---|----------------|----------------|---------------------|
| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
| PortAventura Park / Costa Caribe Aquatic Park | 83.840 | 79.568 | -5,10% |
| Hoteles | 41.839 | 40.250 | -3,80% |
| Centro de Convenciones | 6.143 | 6.265 | 1,99% |
| Total | 131.822 | 126.083 | -4,35% |

| Gas natural | | | |
|---|---------------|---------------|---------------------|
| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
| PortAventura Park / Costa Caribe Aquatic Park | 9.171 | 6.698 | -26,97% |
| Hoteles | 15.076 | 18.989 | 25,96% |
| Centro de Convenciones | 78 | 60 | -23,08% |
| Total | 24.325 | 25.747 | 5,85% |

| Carburantes | | | |
|--------------|--------------|--------------|---------------------|
| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
| Total | 4.162 | 4.064 | -2,34% |

| Gas propano | | | |
|--------------|------------|------------|---------------------|
| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
| Total | 763 | 533 | -30,19% |

| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
|--------------|----------------|----------------|---------------------|
| Total | 161.071 | 156.427 | -2,88% |

Nota: Los datos proceden de mediciones directas de contadores. Todos los combustibles proceden de fuentes no renovables. No hay consumo de energía procedente de fuentes renovables.

Consumo anual de energía eléctrica y gas natural (MWh por visitante-pernoctación y año)

| Energía eléctrica | | | |
|---|---------------|---------------|---------------------|
| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
| PortAventura Park / Costa Caribe Aquatic Park | 0,0063 | 0,0059 | -6,35% |
| Hoteles | 0,0127 | 0,0122 | -3,94% |
| Centro de Convenciones | 0,0384 | 0,0270 | -29,69% |
| Total | 0,0574 | 0,0451 | -21,43% |

| Gas natural | | | |
|---|---------------|---------------|---------------------|
| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
| PortAventura Park / Costa Caribe Aquatic Park | 0,0007 | 0,0005 | -28,57% |
| Hoteles | 0,0046 | 0,0058 | 26,09% |
| Centro de Convenciones | 0,0005 | 0,0003 | -40,00% |
| Total | 0,0058 | 0,0066 | 13,79% |

| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
|--------------|---------------|---------------|---------------------|
| Total | 0,0632 | 0,0517 | -18,20% |

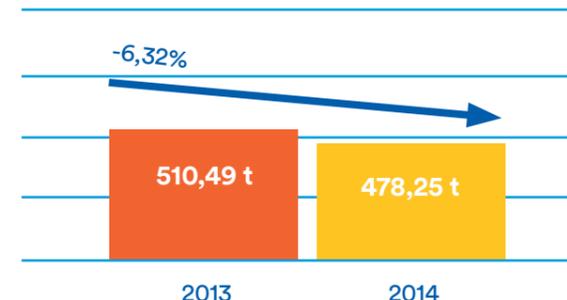
Las principales acciones implantadas en 2014 para reducir los consumos energéticos son: centralización de la gestión del consumo de electricidad del Hotel PortAventura en el centro de control operativo, instalación de una capota en cámaras frigoríficas en el almacén de restauración del área de México, análisis de los consumos de energía eléctrica procedentes de los eventos y calendarios de aperturas, adecuación de los horarios de funcionamiento de la instalación de gas en los hoteles y en los vestuarios de PortAventura Park a las necesidades reales de uso del agua caliente sanitaria, y sustitución de luminarias por modelos más eficientes en el Hotel PortAventura y otras instalaciones del Resort. Este cambio ha permitido reducir el consumo anual en 49.667,66 kWh.

Materiales: compras responsables

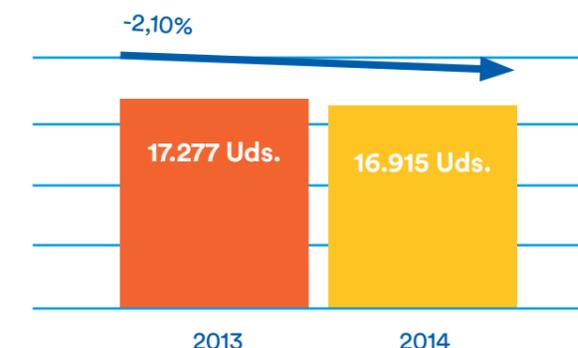
PortAventura prioriza la compra de materiales ambientalmente sostenibles; así, a modo de ejemplo, el Centro de Convenciones usa materiales reciclados.

CONSUMO ANUAL DE MATERIALES

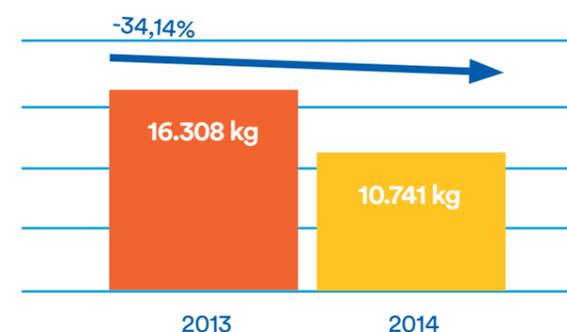
Productos químicos en el mantenimiento de las piscinas y los lagos



Luminarias



Bolsas para venta de productos en tiendas



Más del 18% de disminución del consumo de electricidad y gas natural por visitante-pernoctación respecto a 2013

Mitigación de la huella de carbono

Por el tipo de actividad de PortAventura, las emisiones a la atmósfera no son relevantes y su significancia ambiental es muy baja. No obstante, se pone especial atención en el control de este aspecto con la realización de mediciones de emisión de contaminantes a la atmósfera cada tres años, en las locomotoras de los trenes de vapor de gasoil, las calderas de calefacción y/o agua caliente de gas natural, y carpintería y 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.

Por primera vez, en 2014 PortAventura ha calculado las emisiones de gases de efecto invernadero equivalentes de CO₂ procedentes de emisiones fugitivas y gestión de residuos.

Más del 4% de disminución de as emisiones GEI derivadas del consumo de electricidad respecto a 2013



Emisiones GEI según alcance (t)

| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
|---|---------------|---------------|---------------------|
| Emisiones directas de CO₂ (alcance 1) | 2.555 | 3.426 | 34,05% |
| Gas natural | 1.364 | 1.443 | 5,79% |
| Carburantes | 308 | 305 | -0,97% |
| Gas propano | 49 | 34 | -30,61% |
| Emisiones fugitivas de gases fluorados | 834 | 1.643 | 97,00% |
| Emisiones indirectas de CO₂ (alcance 2) | 9.081 | 8.686 | -4,35% |
| Electricidad | 9.081 | 8.686 | -4,35% |
| Otras emisiones indirectas (alcance 3) | 1.120 | 1.122 | 0,18% |
| Generación de desechos | 1.120 | 1.122 | 0,18% |
| Total | 12.756 | 13.233 | 3,74% |

Fuentes: Para el cálculo de la estimación de las emisiones de gases de efecto invernadero expresadas en toneladas de CO₂, se ha tenido en cuenta el consumo de energía, las emisiones fugitivas de los gases fluorados y las emisiones derivadas de la gestión de residuos (fracción municipal). Los cálculos se han realizado para los años 2013 y 2014, y se han basado en la versión de marzo de 2014 de la *Guía pràctica per al càlcul d'emissions de gasos amb efecte hivernacle (GEH)*.

Las principales acciones impulsadas en 2014 para disminuir las emisiones de CO₂ son: adquisición de un vehículo eléctrico para su transformación en una carroza de espectáculos y renovación de dos camiones de la flota interna por nuevos vehículos más eficientes, con dispositivo de control de emisiones *European On Board Diagnosis*.

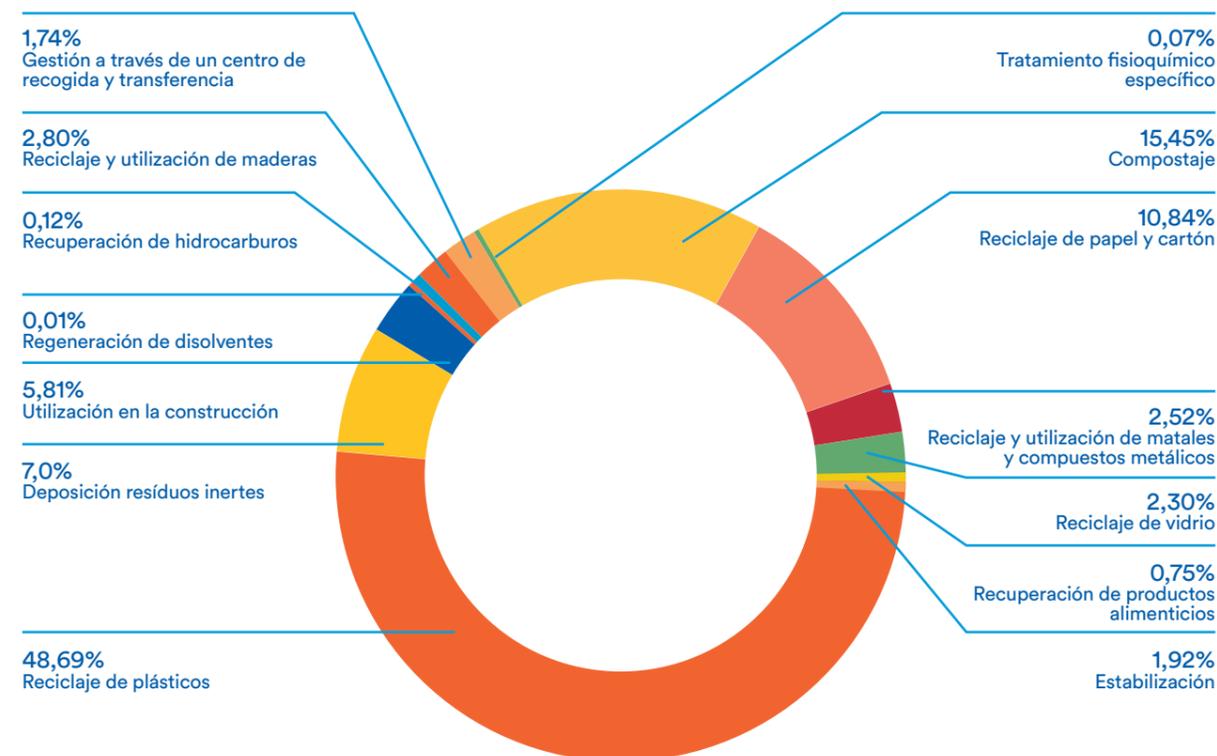
Responsabilidad en la gestión de los residuos y de las aguas residuales

Residuos: mejora continua de la gestión

En línea con el compromiso de mejora continua, PortAventura ha incrementado progresivamente la cantidad de fracciones de residuos segregadas en origen. Con el objetivo de minimizar la generación de residuos, trabaja con empresas contratistas y personal propio en el reciclaje y el buen uso de los materiales de trabajo. En 2014, se han segregado 37 fracciones de residuos.

Cerca del 90% de los residuos generados han sido valorizados

VÍAS DE GESTIÓN DE LOS RESIDUOS (2014)



Las principales variables que explican el aumento en la generación de residuos respecto a 2013 son: las actividades de mantenimiento (revisiones y trabajos programados), que varían según los años, las averías mecánicas, el número de inversiones y el hecho de que los residuos generados por la actividad propia dependen del comportamiento del cliente en el parque y los hoteles, además del número de clientes presentes en la instalación y del total de horas que este cliente está consumiendo en el parque. En 2014 PortAventura ha fomentado la reutilización mediante la donación a entidades sociales de material en desuso.

Cantidad de residuos generada (t)

| | 2013 | 2014 | Variación 2013-2014 |
|------------------------|-----------------|-----------------|---------------------|
| Residuos no peligrosos | 3.131,58 | 3.444,35 | 9,99% |
| Residuos peligrosos | 17,85 | 27,28 | 52,83% |
| Total | 3.149,43 | 3.471,63 | 10,23% |

Aguas residuales: control de la calidad

Prácticamente el 100% del agua utilizada para el consumo humano se transforma en agua residual. Referente al agua consumida para uso recreativo y el baño, sólo un pequeño porcentaje se vierte como agua residual tras el lavado de 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 se 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 necesario.



Protección de las especies

En noviembre de 2014, PortAventura obtuvo la autorización de la ampliación del núcleo zoológico como parque zoológico. Con esta nueva categoría, se contribuye a la divulgación del conocimiento de la biodiversidad y a la sensibilización sobre la necesidad de conservarla; se han llevado a cabo en el propio parque diversas actuaciones dirigidas a conseguirlo, tales como la colocación de paneles informativos de las aves en lugares estratégicos, la adaptación del guión del espectáculo para que sea más didáctico y la instalación de un monitor de televisión con material audiovisual que contribuya a la educación del público de PortAventura en el conocimiento de la biodiversidad de las aves del espectáculo.

En línea con su compromiso, en 2014 PortAventura ha firmado un convenio de colaboración con la Fundación Zoo de Barcelona para el desarrollo de proyectos conjuntos de conservación e investigación con aves. Este convenio, de cinco años de vigencia, tiene el compromiso de impulsar actividades de información y difusión de los proyectos desarrollados conjuntamente, así como sobre la conservación de aves en general. En concreto, el proyecto en el que colabora PortAventura este primer año es la gestión y conservación de un ave autóctona peruana: la pava aliblanca (*Penelope albipennis*), un ave endémica peruana críticamente amenazada (Lista Roja de UICN, 2013).



| Nombre común | Nombre científico | Familia | Nivel de peligro de extinción de la especie |
|----------------------------|---------------------------------|--------------|---|
| Guacamayo | <i>Ara ararauna</i> | Psittacidae | Preocupación menor |
| Cacatúa | <i>Cacatua galerita</i> | Cacatuidae | Preocupación menor |
| Turaco de mejillas blancas | <i>Tauraco leucotis</i> | Musophagidae | Preocupación menor |
| Cálaro | <i>Ceratogymna brevis</i> | Bucerotidae | Preocupación menor |
| Loro eclecto | <i>Eclectus roratus</i> | Psittacidae | Preocupación menor |
| Grulla coronada | <i>Balearica pavonina</i> | Gruidae | Vulnerable |
| Loro de cabeza amarilla | <i>Amazona oratrix</i> | Psittacidae | En peligro |
| Zopilote rey | <i>Sarcoramphus papa</i> | Cathartidae | Preocupación menor |
| Marabú africano | <i>Leptoptilos crumeniferus</i> | Ciconiidae | Preocupación menor |
| Casuario | <i>Casuaris casuaris</i> | Casuariidae | Vulnerable |
| Guacamayo rojo | <i>Ara chloropterus</i> | Psittacidae | Preocupación menor |
| Cotorrita del sol | <i>Aratinga solstitialis</i> | Psittacidae | En peligro |

Información y sensibilización ambiental

PortAventura pone en marcha iniciativas para implicar a los visitantes y a sus trabajadores en el respeto por el medio ambiente.

Dirigidas a visitantes

Servicio de alquiler de bicicletas para los clientes de los hoteles.

Divulgación del sistema de gestión medioambiental en el Centro de Convenciones mediante una lona con el lema: *Vive una experiencia de eventos sostenibles en PortAventura.*

Adquisición de 21 contenedores dobles de segregación de residuos en el área Mediterránea.

Dirigidas a los trabajadores

Formación en gestión de residuos para el personal operativo de PortAventura de las áreas de tiendas, restauración, mantenimiento y espectáculos.

Sensibilización a los empleados para el uso racional de papel secante.

Desarrollo de un plan de comunicación y sensibilización medioambiental interna.

Sensibilización e implicación de los empleados en las buenas prácticas ambientales

Con el objetivo de mejorar el comportamiento medioambiental de los empleados, en el marco del Plan de Comunicación y Sensibilización Interna de 2014 se han impulsado las siguientes acciones:

- Divulgación de carteles con el lema *Gestos lógicos, gestos ecológicos*, con recomendaciones para el uso racional del papel secante en cocinas, dispensadores de papel en lavabos y dispensadores de servilletas en los comedores del personal, además de sensibilización en los servicios de los empleados.
- Mayor implicación con las buenas prácticas ambientales: fomento de la participación mediante propuestas de mejora, difusión mediante cartel de las instrucciones de almacenamiento y utilización de botellas y botellones de gases, sensibilización mediante cartel del uso de las fichas de seguridad de productos químicos en las unidades donde se utilizan y comunicación a los gestores de contrato de la actualización del documento de Prácticas Generales Ambientales.



Gestión Económica para Generar Valor

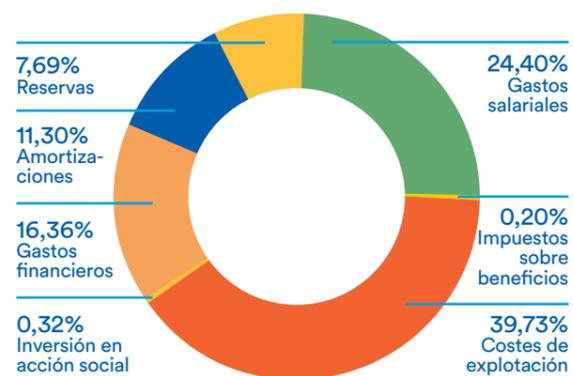


Desempeño económico sólido y sostenido

PortAventura tiene un modelo de negocio resistente, con una sólida rentabilidad, potenciada por el carácter internacional del *Resort*. La compañía está controlada por el grupo inversor italiano Investindustrial (50,1%) y el estadounidense KKR (49,9%). El enfoque estratégico del negocio considera el desarrollo económico basado en la creación de valor.

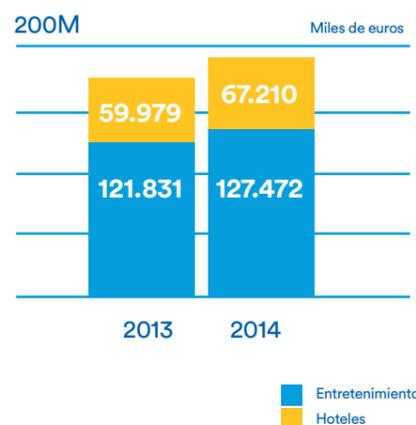
El ejercicio 2014, al igual que el año anterior, ha estado marcado por una leve mejora del entorno económico y financiero a escala nacional, y por un comportamiento variable en los mercados internacionales. El Grupo ha continuado con una evolución muy favorable en sus principales indicadores económico-financieros y de negocio respecto a 2013. Referente al negocio hotelero, en 2014 se incrementaron las ventas en un 12,1% y se registró un aumento de aproximadamente 9.200 habitaciones ocupadas respecto al año anterior. En el negocio de eventos, la cifra de ventas se incrementó un 55% respecto a 2013, contribuyendo de forma muy importante a la desestacionalización del *Resort*.

ESTADO DEL VALOR AÑADIDO 2014



Fuente: Cuentas anuales consolidadas 2014 Paesa Entertainment Holding, S.L.U. y sociedades dependientes

VOLUMEN DE VENTAS SEGÚN ACTIVIDAD



Principales magnitudes (miles de euros)

| Magnitudes de balance | 2013 | 2014 |
|---------------------------------|---------|---------|
| Activo no corriente | 924.528 | 924.777 |
| Activos corrientes | 33.799 | 31.939 |
| Patrimonio neto y pasivo | 958.327 | 956.716 |
| Pasivo corriente y no corriente | 461.084 | 508.999 |

| Magnitudes cuenta resultados | 2013 | 2014 |
|---|---------|---------|
| Facturación equivalente | 181.810 | 194.682 |
| EBITDA (resultado antes de impuestos, intereses y amortizaciones) | 73.258 | 80.109 |
| Amortizaciones | 23.593 | 22.716 |
| Reservas | (3) | (4.429) |

Contexto actual y perspectivas de futuro

Para una eficiente gestión del negocio, PortAventura analiza el contexto en el que opera para definir la estrategia que hay que seguir y garantizar su viabilidad a largo plazo.

Tendencias y perspectivas macroeconómicas y del sector turístico

- Los indicadores macroeconómicos muestran tendencias positivas para los próximos años, lo que indica una recuperación lenta pero sólida. España prevé recuperar el crecimiento del PIB en 2015 y también el crecimiento del empleo en 2015 y 2016.
- El sector turístico español ha demostrado ser resistente en número de visitantes internacionales, alcanzando los 65 millones en 2014 y batiendo récords históricos. Cataluña recibió 16,8 millones de turistas en 2014 (+7,6% respecto a 2013) y permanece como la principal región de destino del país (25,9%).
- Los principales mercados en número de pernoctaciones en la Costa Dorada son el español (7,6 millones), el francés (1,9 millones) y el ruso (1,9 millones). En 2014, PortAventura representó el 7% de las plazas hoteleras de la Costa Dorada y alcanzó una ocupación del 78% en comparación con el 65% en la Costa Dorada y Barcelona.

Fuente: PortAventura e INE. World Tourism Organisation UNWTO, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Business Initiative Directions - most visited monuments in Spain list.

En 2014 PortAventura representó el 7% de las plazas hoteleras de la Costa Dorada

Principales retos 2015 y perspectivas de futuro para el *Resort*

Parque temático y hoteles

- Alcanzar los cinco millones de visitantes anuales y un millón de pernoctaciones (40% de visitantes extranjeros).
- Superar los 100.000 espectadores con el espectáculo de Cirque du Soleil.
- Compensar la caída del mercado ruso con mayor presencia de españoles y franceses, al ser mercados con gran capacidad de crecimiento.
- Afianzar la estrategia de expansión internacional y reforzar la apuesta por captar clientes del segmento *premium*.
- Introducir una nueva segmentación para los hoteles, dividiendo las habitaciones en cinco categorías para adaptarse mejor a la demanda de los huéspedes.

Centro de Convenciones

- Ser el principal destino de convenciones, tanto en el mercado nacional como en el internacional, a través de una doble vertiente: consolidación como referente en la organización de eventos corporativos en sus principales mercados (España, Reino Unido y Francia) y ampliación de la estrategia de expansión a nuevos mercados internacionales, como Alemania, Holanda y Escandinavia, así como el mercado americano, abriendo nuevas líneas de negocio muy vinculadas con el turismo.
- Reforzar la oferta para el sector de encuentros, incentivos, conferencias y ferias, potenciando la diversificación del abanico de servicios especializados.

Principales prioridades y tácticas para 2015

1. Iniciativas de marketing

- Potenciación de la estrategia de marca
- Lanzamiento de una nueva web para convertirla en el núcleo de comunicación de PortAventura con los consumidores
- Mejora del modelo de relación con el consumidor en todas sus fases
- Celebración del 20.º aniversario
- Focalización en el principal grupo objetivo: familias con niños menores de 12 años y adultos jóvenes

2. Mejora de la experiencia del cliente de PortAventura

- Celebración del 20.º aniversario
- Incremento del número de espectáculos, sobre todo en espacios abiertos, y pasacalles.

3. FerrariLand

- Primer año de ejecución del proyecto

4. Mejora de la eficacia de las ventas y el marketing

5. Negociación del nuevo convenio colectivo

6. Restablecimiento de la mentalidad de servicio a los empleados de línea



Inversión en nuevos proyectos e innovación como estrategias de futuro

A lo largo de los últimos años, PortAventura ha llevado a cabo una estrategia de expansión ininterrumpida. Ha apostado por la internacionalización y la incorporación de nuevos proyectos y atracciones año tras año, con una inversión acumulada desde 2009 de más de 125 millones de euros. En este sentido, en 2014 destaca la inauguración de Angkor y la implantación de Cirque du Soleil en el *Resort* para representar el espectáculo *Kooza*, por el cual pasaron más de 100.000 espectadores.

El *Resort* tiene la voluntad de desarrollar un plan a largo plazo apoyado en marcas internacionales conocidas para incrementar el número de visitantes hasta alcanzar los 5 millones anuales en un plazo de dos o tres años, convertirse en el mejor *Resort* de destino de Europa y adaptarse a un público cada vez más familiar e internacional. Este plan de desarrollo continuará en los próximos años con la construcción de FerrariLand y los espectáculos de Cirque du Soleil.

FerrariLand abrirá en 2016-2017

PortAventura ha firmado un acuerdo con Ferrari para construir FerrariLand, una nueva área temática que supondrá una inversión aproximada de 100 millones de euros y ocupará una superficie de 75.000 m².

Acuerdo de colaboración con Cirque du Soleil

PortAventura y Cirque du Soleil han firmado un acuerdo de colaboración que da la posibilidad de disfrutar de los espectáculos de la compañía canadiense en verano durante los próximos cinco años.

Para 2015 está prevista la ampliación de la oferta de alta gama con el primer cinco estrellas del *Resort*, lo que supone la entrada en el segmento de alta gama, con la transformación de la Mansión de Lucy en un hotel de cinco estrellas. Asimismo, la ampliación del Hotel Gold River con el edificio Callaghan, de 78 habitaciones *deluxe*, convertirá este establecimiento en el más grande del complejo. La inversión en estos dos proyectos será de alrededor de 10 millones de euros.

La innovación y la mejora de las atracciones y las instalaciones es para PortAventura uno de los motores para responder a las expectativas y las necesidades de ocio de los clientes y visitantes. Además de traer al parque nuevas atracciones y espectáculos de calidad, también fomenta la mejora permanente de las infraestructuras y las instalaciones para aumentar la satisfacción de los clientes. En este sentido, las principales mejoras y novedades de 2014 son:

- Acceso a Wi-Fi gratuito para los visitantes del parque y los huéspedes de los cuatro hoteles, convirtiéndose en el *Resort* europeo dotado de mejor accesibilidad en Wi-Fi.
- *Submarine Odissey 4D*, la nueva película de Ice Age the Ride (zona Polynesia).
- Nuevos espectáculos: *Misterios de Angkor* (zona Angkor), *Generation Forever* (Gran Teatro Imperial de China) y *la magia en el Far West* (Saloon de PortAventura).
- Servicio de visitas VIP.
- Servicio de *babysitter* para clientes de hotel.

Beneficios socio-económicos para el entorno local

La contribución de PortAventura al desarrollo económico y social se define por los impactos que con su actividad genera de forma directa e indirecta en el entorno y su sociedad. 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. Algunos ejemplos son: el gasto en la zona de los visitantes de PortAventura y la creación de nuevas plazas hoteleras y puestos de trabajo directos e indirectos. A lo largo de 2014, se produjeron 18,6 millones de pernoctaciones en la demarcación de Tarragona, principalmente en la Costa Dorada, incluyendo PortAventura.

La ampliación de la oferta del *Resort*, al pasar de parque temático a destino de vacaciones, supuso para PortAventura 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, y la proximidad con Barcelona, contribuyen a aportar un valor diferencial a la oferta del parque respecto a otros.

PortAventura 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 la misma.

Para 2016-2017, se prevé que la puesta en funcionamiento de Ferrari-Land permita a los municipios más cercanos mejorar su competitividad a escala internacional respecto a otros destinos, ya que éste será un referente mundial.

PortAventura es una de las primeras marcas turísticas de Cataluña y España



Una Apuesta por la Calidad de los Proveedores



Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Este capítulo cubre

Principio 1

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

Principio 2

Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

Principio 3

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

Principio 4

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

Principio 5

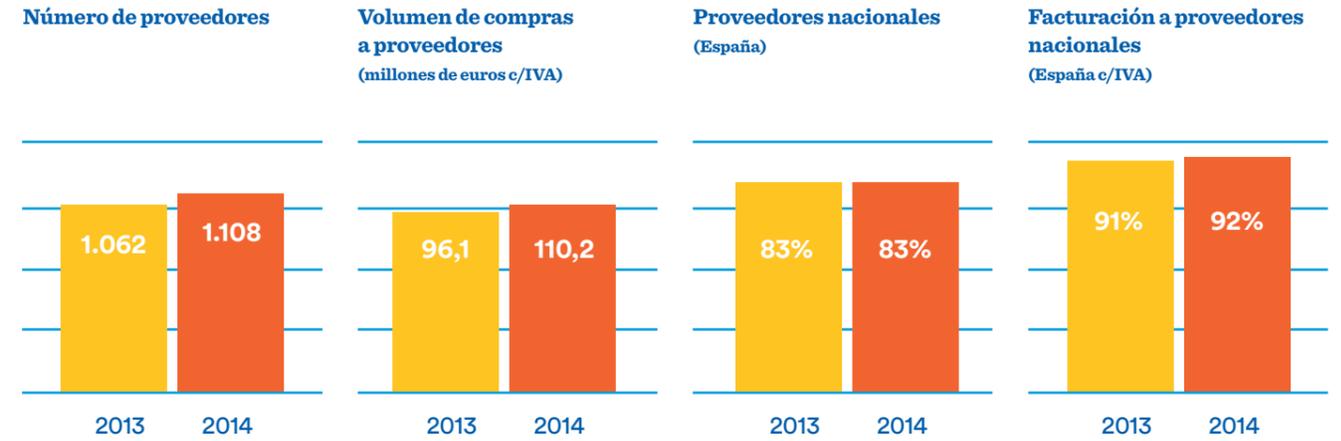
Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Relación recíproca y constante en la gestión de los proveedores

El procedimiento de compras de PortAventura tiene como objetivo construir una base sólida de proveedores y colaboradores que facilite, tanto al parque como a los hoteles, la compra de bienes y/o servicios. Los productos y servicios adquiridos se engloban dentro de las siguientes categorías: construcciones, maquinaria y equipos, mobiliario y equipamiento, servicios de profesionales independientes, informática, marketing, publicidad y relaciones públicas, servicios de mantenimiento, alimentación y bebidas, espectáculos y eventos, suministros, textil y *merchandising* y consumibles.

95% de los proveedores son de países europeos

PRINCIPALES INDICADORES RELATIVOS A PROVEEDORES



Nota: se han reexpresado los datos de 2013 relativos a volumen de compras a proveedores y facturación a proveedores nacionales aportándolos con IVA.

Distribución de los proveedores según país de origen 2014

| Europa | | Asia y Oceanía | |
|------------------------|-----|----------------|----|
| España | 924 | China | 11 |
| Alemania | 18 | Hong Kong | 9 |
| Bélgica | 9 | India | 2 |
| Dinamarca | 4 | Indonesia | 1 |
| Finlandia | 1 | Kazakstán | 1 |
| Francia | 25 | Nueva Zelanda | 1 |
| Holanda | 5 | Rusia | 7 |
| Reino Unido | 37 | Tailandia | 1 |
| Irlanda | 3 | Taiwán | 2 |
| Italia | 22 | Turquía | 1 |
| Liechtenstein | 2 | | |
| Portugal | 2 | América | |
| Rep. Checa | 1 | Guatemala | 1 |
| Suiza | 2 | México | 1 |
| | | Estados Unidos | 14 |
| África | | | |
| Emiratos Árabes Unidos | 1 | | |

La política, el proceso y la gestión de todas las compras están centralizados por el Departamento de Compras del Grupo. Las áreas operativas son responsables de detectar la necesidad de compra y de su solicitud a dicho departamento, el cual iniciará el proceso entre todos los proveedores, siguiendo los criterios marcados de calidad, plazos y forma de entrega, solvencia y responsabilidad financiera, capacidad técnica y productiva, certificaciones de calidad, certificaciones medioambientales, certificaciones en prevención de riesgos laborales, responsabilidad corporativa, cumplimiento de los derechos humanos y precio del producto/servicio.

Relación de partenariatio

PortAventura elige como *partners* las marcas más reconocidas de Europa. En 2014 ha contado con los siguientes *partners*: patrocinadores oficiales (Estrella Damm, Coca-Cola, Frigo, Veri y Fiat) y colaboradores oficiales (Dadone, Ferrero, Chupa Chups, Haribo, Torres, Codorníu, Lavazza, Europcar, Adeslas, Campofrío, Cutting's, Forno d'Asolo, Cacaolat, Quiksilver, Josma Sport y Titanlux).



Extensión del compromiso de responsabilidad corporativa

Con el fin de asegurar el buen funcionamiento y la integridad del ciclo de compras, PortAventura dispone de:

- **Código ético para proveedores y contratistas proveedores:** se fundamenta en la adhesión y el cumplimiento de los derechos humanos, el comportamiento responsable en las prácticas laborales, el respeto del medio ambiente y la reducción de la corrupción. En los contratos con los proveedores, PortAventura incluye una cláusula ética para que las empresas contratadas cumplan con la normativa del código. En caso de que el proveedor incumpla dicho código, se podrá resolver el contrato.
- **Plan de compras responsables:** su objetivo es optimizar los recursos utilizados en el *Resort* y controlar que las mercancías y los servicios adquiridos cumplan con los criterios establecidos de calidad, medio ambiente y prevención de riesgos. Los procesos de compra consideran aspectos como: los procesos de fabricación del producto; el impacto ambiental derivado de la selección de materias primas, de la producción y de la distribución y su reciclado una vez utilizado, y la eficiencia (luminarias, aires acondicionados, trenes de lavado, máquinas de restauración y vehículos). En 2014 destaca la adquisición de 627 televisores de mayor eficiencia energética para los hoteles (etiqueta Energy Star, TCO y etiqueta europea Ecolabel).

Durante 2014, PortAventura ha trabajado en la definición de una metodología para la implantación, en 2015, de una nueva plataforma de homologación de proveedores como herramienta para asegurar que sus proveedores están comprometidos con los principios medioambientales y de responsabilidad corporativa.

Auditorías sociales a proveedores asiáticos

Periódicamente, PortAventura lleva a cabo auditorías a sus proveedores asiáticos, las cuales son realizadas por parte de una empresa externa (AsiaInspection). El proceso de auditoría incluye visitas *in situ* a las instalaciones de los proveedores para comprobar las condiciones laborales de sus empleados.

Auditorías sociales a proveedores

| | 2013 | 2014 |
|-----------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|
| Auditorías realizadas | 9 (7 China, 1 Indonesia, 1 Tailandia) | 19 (17 China, 1 India, 1 Taiwán) |
| Puntuación media (sobre 10) | 8,8 | 9,2 |



La Acción Social de la Fundación PortAventura



PortAventura está comprometida con su entorno más cercano y, como tal, presta una especial atención a las necesidades sociales de su comunidad, para trasladarlas internamente y darles la respuesta adecuada, canaliza la acción social a través de la Fundación PortAventura.

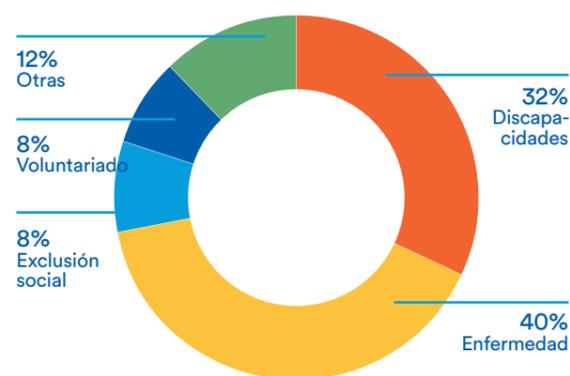
La Fundación PortAventura centra sus esfuerzos en el apoyo a proyectos dedicados a niños y jóvenes en riesgo de exclusión social por razones sanitarias o económicas en su ámbito de influencia territorial.

La ayuda a estos colectivos se materializa mediante la dotación de recursos y el apoyo y la motivación para desarrollar diferentes programas solidarios, como jornadas de accesibilidad al ocio, eventos de concienciación y sensibilización a la sociedad, y campañas de recaudación de fondos. El total de rentas aplicadas a fines fundacionales ha sido de 852.731 €.

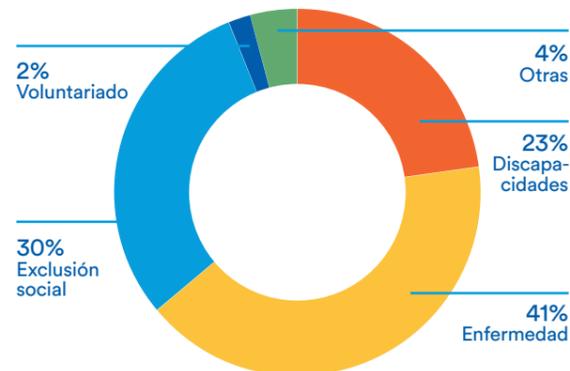
PortAventura, es la principal fuente de ingresos de la Fundación PortAventura. Su contribución en 2014 ha sido de 647.012 € (en 2013 fue de 608.988 €). Otros ingresos provienen de varios donativos conseguidos con la cena y la carrera solidaria.

DISTRIBUCIÓN DE LAS AYUDAS CONCEDIDAS (monetarias y no monetarias según tipo de causa de la organización beneficiaria)

2013



2014



APORTACIÓN TOTAL



749.736 €
2013

716.894 €
2014

APORTACIONES NO MONETARIAS



IMPORTE

623.134 €
2013

546.523 €
2014

ENTIDADES BENEFICIARIAS

250
2013

175
2014

APORTACIONES MONETARIAS



IMPORTE

126.602 €
2013

170.371 €
2014

ENTIDADES BENEFICIARIAS

11
2013

8
2014

La Fundación PortAventura donará 3 millones de euros al Hospital Sant Joan de Déu para la mejora de los niños y sus familias, facilitando la construcción de una nueva UCI pediátrica y diferentes áreas de juego en el Hospital

La Fundación PortAventura y el Hospital Sant Joan de Déu han firmado un acuerdo de colaboración para un periodo de diez años. El acuerdo incluye una donación de 3 millones de euros para financiar la construcción de la nueva UCI pediátrica del centro. Las nuevas instalaciones, cuya finalización está prevista en 2016, multiplicarán por cuatro la superficie actual destinada a los pacientes críticos.

La construcción de esta nueva unidad, única en Europa, reflejo de las UCI pediátricas de hospitales norteamericanos de referencia, como el Boston Children's Hospital, se fundamenta en tres objetivos: mejorar la estancia de los niños hospitalizados y de sus familias, ampliar la dotación tecnológica al máximo nivel y facilitar el espacio de trabajo de los profesionales de la unidad.

El acuerdo incluye, además, la instalación de zonas lúdicas, tanto interiores como áreas de juego inclusivas en el exterior. La presencia de los personajes de PortAventura de forma periódica y la organización de eventos anuales de *fundraising* entre las dos entidades complementarán la amplitud del acuerdo.

Finalmente, todos los niños que reciban el alta hospitalaria, y alegrándoles este momento, recibirán un pequeño regalo que les explicará el alcance de la colaboración, entregándoles unas pulseras con el emblema de este acuerdo e invitaciones para pasar un día en el parque temático de PortAventura.



Accesibilidad al ocio

Incluye programas dirigidos a grupos de niños y jóvenes en riesgo de exclusión social para que puedan disfrutar de las instalaciones de PortAventura Park.

- **Donación de entradas gratuitas.** Se realiza directamente a centros destinados a niños y adolescentes hasta los 18 años, enmarcados dentro de la red de servicios sociales de atención primaria, y a fundaciones y asociaciones, mayoritariamente del territorio, que tienen programas de apoyo para niños y jóvenes con enfermedades graves.
- **Donación de entradas a un precio módico.** Establecida para dar apoyo a otras fundaciones y asociaciones no incluidas dentro de los colectivos anteriores.

Organización de eventos y actividades solidarias

Se celebran preferentemente en las instalaciones de PortAventura Park y tienen como objetivo organizar, junto con otras fundaciones y asociaciones, una jornada de sensibilización a la sociedad sobre enfermedades, discapacidades o carencias a las que dichas entidades apoyan. A continuación se detallan los eventos celebrados en 2014 y los colectivos beneficiarios:

Día del Niño. Fundación PortAventura y Fundación Soñar Despierto (15ª edición)

Los principales objetivos fueron sensibilizar a la sociedad sobre la realidad de los niños y jóvenes que viven en centros de acogida, residenciales y abiertos de toda Cataluña, promover la convivencia entre los voluntarios y los menores, sensibilizar a la juventud sobre la importancia del voluntariado y ofrecer a los niños y jóvenes la oportunidad de disfrutar de una jornada festiva en PortAventura Park.



Jornada del Corazón. Fundación PortAventura, Fundación SHE y AACIC - CorAvant (2ª edición)

Bajo el lema *Emocíonate, juntos por el corazón de nuestros niños y jóvenes*, la jornada se dirigió a ofrecer a niños y jóvenes de Cataluña las habilidades y los valores necesarios para que actúen positivamente sobre su salud durante toda la vida, además de sensibilizar a la sociedad sobre las cardiopatías congénitas y recaudar fondos para mejorar la calidad de vida de los afectados.



Posa't la Gorra. Fundación PortAventura y Asociación de Familiares y Amigos de Niños Oncológicos de Cataluña (AFANOC) (12ª edición)

En solidaridad con los enfermos de cáncer infantil, PortAventura fue escenario de la fiesta Posa't la Gorra, con la cual el dinero recaudado se destinó a mantener la Casa de los Xuklis, una residencia de acogida para las familias que tienen que desplazarse a Barcelona para que sus hijos reciban tratamiento oncológico, y a garantizar los servicios que ofrece AFANOC a todas estas familias. En la cita, AFANOC organizó actividades de difusión y sensibilización sobre la realidad que viven las familias de los niños afectados.



Carrera solidaria. Fundación PortAventura (3ª edición)

Carrera de carácter popular que tiene la particularidad de celebrarse dentro del recinto de PortAventura Park. En esta edición, la recaudación se destinó a la Fundació SMC Salut Mental Catalunya, la nueva marca compartida por FECAFAMM y AMMFEINA, que trabaja para la mejora de la salud mental en todos los ámbitos, compartiendo estrategias y optimizando recursos. La prueba contó con la colaboración de patrocinadores y voluntarios, entre ellos empleados de PortAventura.

Fest Amics. Fundación PortAventura y Down Catalunya (6ª edición)

Fiesta solidaria que ofreció a los participantes una jornada para disfrutar del parque entre amigos y familiares, así como para recaudar fondos en beneficio de las siete entidades que integran Down Catalunya.

Un Día sin Gluten. Associació de Celíacs de Catalunya (7ª edición)

La jornada, celebrada en PortAventura Park, ofreció a los miembros de la asociación, a sus familiares y amigos un día festivo para disfrutar de menús y alimentos sin gluten. Además, durante el día se organizaron acciones para contribuir a informar y a sensibilizar a la sociedad sobre la celiaquía.

Somriu per la Infància. Fundación PortAventura y Federació d'Entitats d'Atenció i d'Educació a la Infància i l'Adolescència (FEDAIA)

Gran fiesta de la infancia a la que asistieron niños y niñas atendidos por las entidades agrupadas en la FEDAIA, entre otras. Durante la jornada se organizaron actividades encaminadas a explicar de forma didáctica los derechos de la infancia a la educación, a la participación y a la protección. También sirvió para conmemorar el 25º aniversario de la Convención sobre los Derechos del Niño.

Donación de sangre

Un año más, el Banc de Sang i Teixits visitó PortAventura para realizar una nueva campaña de donación de sangre entre el personal. En esta campaña se registraron 98 donaciones, el mayor número de donaciones registrado en una misma visita.

Cena Solidaria. Fundación PortAventura (4ª edición)

La cena benéfica tuvo lugar en el PortAventura Convention Centre y consiguió una donación de **71.250 €**, superando la cifra del año anterior (65.300 €). El importe donado contribuirá a la implantación del Projecte Home en Tarragona, mediante el cual se desarrollarán proyectos centrados en la atención, el tratamiento y la reinserción social de las personas con problemas de drogodependencia.



Felicitación de la Navidad a niños hospitalizados en centros de la zona

Los personajes de PortAventura Woody y Papá Noel visitaron la planta de pediatría del centro hospitalario Joan XXIII de Tarragona y el Hospital Universitario Sant Joan de Reus para repartir regalos a los niños hospitalizados.

Cooperación con otras fundaciones e instituciones mediante la financiación de proyectos

Además de las anteriores, la Fundación PortAventura coopera con otras fundaciones e instituciones mediante los siguientes proyectos:

Kit Alimentos, municipio de Vila-seca

La Fundación PortAventura y la entidad Voluntarios para Vila-seca prolongaron hasta diciembre de 2014 la colaboración iniciada en diciembre de 2012, mediante la cual la Fundación financia la adquisición de kits de alimentos de primera necesidad dirigidos a familias en riesgo de exclusión social de Vila-seca.



Agafa't al 21

La Associació Down Tarragona y la Fundación PortAventura continuaron en 2014 el proyecto Agafa't al 21 con la firma de un nuevo convenio por el cual la Fundación realiza una donación económica de 37.000 euros para el curso escolar 2014-2015. Agafa't al 21 es un servicio de inserción socio-laboral para favorecer la integración de personas con Síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales en la empresa ordinaria, así como para ofrecerles una formación continua.



Teaming 2014

Iniciativa solidaria mediante la cual los empleados de PortAventura aportan voluntariamente 1 euro de su nómina a proyectos solidarios elegidos por ellos mismos. Por cada euro aportado, la Fundación PortAventura suma 2 euros más. En 2014 las entidades beneficiarias fueron la Associació d'Alzheimer de Reus i Baix Camp y la Asociación Provincial de Parálisis Cerebral (APPC) "La Muntanyeta", de Tarragona.



Mejora de la empleabilidad

El proyecto es posible gracias a una colaboración a tres partes: la Fundación Onada, responsable de la implementación del curso; el Ayuntamiento de Salou, que cede las instalaciones y los medios materiales, y la Fundación PortAventura, con una donación económica de 40.043 euros. El objetivo del proyecto es impulsar una serie de acciones dirigidas a la creación de ocupación y la mejora de la empleabilidad de personas con diferentes capacidades del territorio más cercano.



Acerca del Informe

Alcance y cobertura

El Informe anual de responsabilidad corporativa de 2014 constituye la séptima edición de la publicación por parte de PortAventura, y abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2014.

El informe cubre las actividades de PAESA Entertainment Holding, S.L.U., la sociedad dominante cabecera del Grupo Port Aventura y formada por las siguientes sociedades dependientes: Port Aventura Entertainment, S.A.U. (explotación del parque temático), Port Aventura Viajes, S.A.U. (agencia de viajes) y Hotel Caribe Resort, S.L. (explotación hotelera), además de la Fundación PortAventura, siendo ésta una entidad independiente. Las sociedades se encuentran explicitadas en las *Cuentas anuales consolidadas e informe de gestión consolidado del ejercicio 2014* (página 40). En este sentido, el 100% de la cifra de negocio del año 2014 ha sido incluida en el presente informe.

Definición del contenido y proceso de elaboración

La elaboración del informe ha considerado los siguientes estándares: *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*, versión G4 del Global Reporting Initiative, así como documentación complementaria vinculada (asuntos sectoriales específicos para hoteles, restaurantes, ocio y servicios turísticos de la publicación *Sustainability Topics for Sectors: What Do Stakeholders Want to Know?*) y principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, y para la consulta de materialidad se ha considerado el estándar de relación con los grupos de interés AA1000SES (2011).

La elaboración del informe cuenta con la participación directa de personas de diferentes áreas de gestión, las cuales aportan información vinculada a los diferentes aspectos incluidos en el mismo. La coordinación se lleva a cabo desde el Área de Responsabilidad Corporativa.

Verificación externa

TÜV Rheinland ha sido la organización externa seleccionada para llevar a cabo la auditoría y la revisión de la información contenida en el informe de acuerdo con la *Guía G4* de GRI. Ver informe emitido en la página 83.

Para cualquier cuestión relacionada con el contenido de este informe, puede contactar con el Área de Responsabilidad Corporativa (tel. 977 779 000).

Séptima edición del Informe de responsabilidad corporativa

Informe de Verificación Externa



Memorias de Sostenibilidad Global Reporting Initiative (GRI)

Nº de certificado: 00/150068

TÜV Rheinland Ibérica Inspection, Certification & Testing S.A.
declara que:

Se ha efectuado la verificación de la Memoria de Sostenibilidad del año 2014; en lo que respecta a su estructura, contenido y fiabilidad de la información de:

Organización: **GRUPO PORT AVENTURA**
Avda. Pere Molas, Km.2
E-43480 Vila-seca (Tarragona)

Como resultado de este proceso de verificación TÜV Rheinland expresa que:

- El contenido de la información está basado y soportado por datos y registros comprobados como ciertos. Asimismo la información, su tratamiento, los cálculos, gráficos, etc., han sido oportunamente comprobados y verificados.
- La trazabilidad y relevancia entre información de base y contenido de la memoria es adecuada.
- Es conforme con los requisitos y principios establecidos en la Guía para elaboración de Memorias de Sostenibilidad en su versión G4, elaborada por Global Reporting Initiative (GRI).

Conforme a esto TÜV Rheinland establece, para la Memoria de Responsabilidad Corporativa de GRUPO PORT AVENTURA la calificación "de conformidad – esencial" de la Guía G4 de GRI

2015-09-02 TÜV Rheinland Ibérica Inspection, Certification & Testing S.A.
Garrotxa, 10-12 – E-08820 El Prat de Llobregat

www.tuv.com

 **TÜVRheinland®**
Precisely Right.

Tabla de Contenidos del Global Reporting Initiative



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 responsable máximo responsable de la organización. | 6-7 | | ✓ |
| Perfil de la organización | | | | |
| G4-3 | Nombre de la organización. | 81 | | ✓ |
| G4-4 | Principales marcas, productos y servicios. | 13 | | ✓ |
| 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. | 13 | | ✓ |
| G4-7 | Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica. | 81 | | ✓ |
| G4-8 | Mercados servidos. | 14, 38-39 | | ✓ |
| G4-9 | Dimensiones de la organización. | 8-9, 13-14, 60 | | ✓ |
| G4-10 | Número total de empleados. | 29-30 | | ✓ |
| G4-11 | Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos. | 30 | | ✓ |
| G4-12 | Cadena de suministro de la organización. | 68-70 | | ✓ |
| G4-13 | Cambios significativos durante el periodo objeto de la memoria. | 17 | | ✓ |
| G4-14 | Implementación del principio de precaución. | 46-47 | | ✓ |
| G4-15 | Apoyo a iniciativas externas. | 23, 46 | | ✓ |
| G4-16 | Asociaciones y organizaciones a las que la organización pertenece. | 19 | | ✓ |

| Indicadores | Descripción | Página o respuesta directa | Omisiones | Verificación |
|--|--|--|-----------|--------------|
| Aspectos materiales y cobertura | | | | |
| G4-17 | Entidades que figuran en la memoria. | PAESA Entertainment Holding, S.L.U. fue constituida el 3 de septiembre de 2013, con la denominación de River Adventure, S.L. Con fecha 17 de diciembre de 2013, se aprobó el cambio de denominación de la sociedad por el actual. La sociedad dominante es cabecera del Grupo Port Aventura, creado con fecha 5 de diciembre de 2013 y formado por sociedades dependientes. El detalle de las sociedades dependientes del Grupo Port Aventura. Detalle de participaciones en sociedades dependientes para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2014: <ul style="list-style-type: none"> Port Aventura Entertainment, S.A.U. (explotación parque temático): 100% de participación directa Port Aventura Viajes, S.A.U. (agencia de viajes): 100% de participación indirecta Hotel Caribe Resort, S.L. (explotación hotelera): 60% de participación indirecta | | ✓ |
| G4-18 | Definición del contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto. | 24 | | ✓ |
| G4-19 | Aspectos materiales. | 25 | | ✓ |

| Indicadores | Descripción | Página o respuesta directa | Omisiones | Verificación | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------|--------------------|--|--|---------|---------|--|-------------------------------|--|----------|-------------|----------|--|---|
| Aspectos materiales y cobertura | | | | | | | | | | | | | | | | |
| G4-20 | Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización. | <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="3">Límite y cobertura</th> </tr> <tr> <th>Interno</th> <th colspan="2">Externo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Aspectos y asuntos materiales</td> <td>PortAventura Park, Costa Caribe Aquatic Park, hoteles y Centro de Convenciones</td> <td>Clientes</td> <td>Proveedores</td> <td>Sociedad</td> </tr> </tbody> </table> | | Límite y cobertura | | | Interno | Externo | | Aspectos y asuntos materiales | PortAventura Park, Costa Caribe Aquatic Park, hoteles y Centro de Convenciones | Clientes | Proveedores | Sociedad | | ✓ |
| | Límite y cobertura | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Interno | Externo | | | | | | | | | | | | | | |
| Aspectos y asuntos materiales | PortAventura Park, Costa Caribe Aquatic Park, hoteles y Centro de Convenciones | Clientes | Proveedores | Sociedad | | | | | | | | | | | | |
| G4-21 | Límite de cada aspecto material fuera de la organización. | | | ✓ | | | | | | | | | | | | |
| Economía | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Desempeño económico | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | | | |
| | Consecuencias económicas indirectas | ✓ | | ✓ | | | | | | | | | | | | |
| Medio ambiente | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Materiales | ✓ | | | | | | | | | | | | | | |
| | Energía | ✓ | | ✓ | | | | | | | | | | | | |
| | Agua | ✓ | | | | | | | | | | | | | | |
| | Biodiversidad | ✓ | | | | | | | | | | | | | | |
| | Emisiones | ✓ | | | | | | | | | | | | | | |
| | Efluentes y residuos | ✓ | | | | | | | | | | | | | | |
| | Productos y servicios | ✓ | | | | | | | | | | | | | | |
| | Evaluación ambiental de los proveedores | ✓ | | ✓ | | | | | | | | | | | | |
| Social - Prácticas laborales y trabajo digno | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 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 | | | | | | | | | | | | | |
| Social - Derechos humanos | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | No discriminación | ✓ | | | | | | | | | | | | | | |
| | Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos | ✓ | | | | | | | | | | | | | | |
| Social - Sociedad | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Comunidades locales | ✓ | | ✓ | | | | | | | | | | | | |
| | Lucha contra la corrupción | ✓ | | ✓ | | | | | | | | | | | | |
| Social - Responsabilidad de producto | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Salud y seguridad de los clientes | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | | | | |
| | Etiquetado de los productos y servicios | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | | | | |
| | Privacidad de los clientes | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | | | | |
| | Innovación en diseño y mejora de las atracciones e instalaciones* | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | | | | |
| | Seguridad del merchandising* | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | | | |
| | Seguridad alimentaria y promoción de hábitos de alimentación saludable* | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | | | |
| | Accesibilidad universal arquitectónica | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | | | | |

| Indicadores | Descripción | Página o respuesta directa | Omisiones | Verificación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|-------------------|---|---------------------------------|-------------|---|--|----------|--|--|-----------|--|---|----------------------------|--------------------------|---|---|--|---|--|---|
| Aspectos materiales y cobertura | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| G4-22 | Reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas. | 69 | | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| G4-23 | Cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores. | La cobertura del informe se ha ampliado respecto a las actividades que fueron incluidas en el ejercicio anterior. No obstante, los datos de 2013 han sido actualizados para su comparabilidad respecto a los de 2014. | | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Implicación de los grupos de interés | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| G4-24 | Grupos de interés vinculados a la organización. | | | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| G4-25 | Base para la identificación de los grupos de interés. | | | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| G4-26 | Participación de los grupos de interés. | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Grupos de interés</th> <th>Principales canales de comunicación y diálogo</th> <th>Principales temas identificados</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Accionistas</td> <td>Reuniones del Consejo de Administración, reuniones con las direcciones, información corporativa publicada de forma periódica.</td> <td>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.</td> </tr> <tr> <td>Clientes</td> <td>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.</td> <td>Grado de satisfacción en el servicio, seguridad en las instalaciones y las atracciones, innovación en atracciones e instalaciones y nuevos proyectos, promociones y ofertas, celebración de eventos, buenas prácticas ambientales.</td> </tr> <tr> <td>Empleados</td> <td>Comunicados internos, intranet, newsletter, SMS, videos, revista interna (Revista Acció), carteleros de información y carteles informativos, dípticos y otro material impreso, cartas, contrato personal y directo, mostrador y buzón de consultas del Servicio de Atención al Empleado, impresos de sugerencias y quejas, concursos para empleados y sorteos.</td> <td>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.</td> </tr> <tr> <td>Proveedores y contratistas</td> <td>Responsables de compras.</td> <td>Plan de compra responsable, procesos de contratación y cumplimiento de los compromisos contractuales, extensión del compromiso de responsabilidad corporativa, seguridad del merchandising.</td> </tr> <tr> <td>Administración pública y entorno social</td> <td>Página web de la Fundación PortAventura, publicación de información corporativa periódicamente, participación institucional, reuniones con representantes de instituciones públicas y entidades sociales</td> <td>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.</td> </tr> </tbody> </table> | Grupos de interés | Principales canales de comunicación y diálogo | Principales temas identificados | 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 las instalaciones y las 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), carteleros de información y carteles informativos, dípticos y otro material impreso, cartas, contrato personal y directo, mostrador y buzón de consultas del Servicio de Atención al Empleado, impresos de sugerencias y quejas, concursos para empleados y sorteos. | 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. | Plan de compra responsable, procesos de contratación y cumplimiento de los compromisos contractuales, extensión del compromiso de responsabilidad corporativa, seguridad del merchandising. | 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. | | ✓ |
| Grupos de interés | Principales canales de comunicación y diálogo | Principales temas identificados | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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 las instalaciones y las 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), carteleros de información y carteles informativos, dípticos y otro material impreso, cartas, contrato personal y directo, mostrador y buzón de consultas del Servicio de Atención al Empleado, impresos de sugerencias y quejas, concursos para empleados y sorteos. | 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. | Plan de compra responsable, procesos de contratación y cumplimiento de los compromisos contractuales, extensión del compromiso de responsabilidad corporativa, seguridad del merchandising. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| G4-27 | Cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés. | | | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

| Indicadores | Descripción | Página o respuesta directa | Omisiones | Verificación |
|-----------------------------|--|----------------------------|-----------|--------------|
| Perfil de la memoria | | | | |
| G4-28 | Periodo objeto de la memoria. | 81 | | ✓ |
| G4-29 | Fecha de la última memoria. | Año 2013 | | ✓ |
| G4-30 | Ciclo de presentación de memorias. | Anual | | ✓ |
| G4-31 | Punto de contacto para dudas sobre el contenido de la memoria. | 81 | | ✓ |
| G4-32 | Opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización y su Índice de GRI. | 86 | | ✓ |
| G4-33 | Política y las prácticas con respecto a la verificación externa de la memoria. | 81, 83 | | ✓ |
| Gobierno | | | | |
| G4-34 | Periodo objeto de la memoria. | 16-17 | | ✓ |
| Ética e integridad | | | | |
| G4-56 | Valores, principios y códigos de conducta u otros de la organización. | 18, 23 | | ✓ |

| Aspectos materiales | Indicadores | Descripción | Página o respuesta directa | Omisiones | Verificación |
|---|-------------|---|----------------------------|------------------------------|--------------|
| Desempeño económico | | | | | |
| Desempeño económico | EDG | Enfoque de gestión. | 60-61, 63 | | ✓ |
| | G4-EC1 | Valor económico directo generado y distribuido. | 60, 74 | | ✓ |
| Consecuencias económicas indirectas | EDG | Enfoque de gestión. | 64 | | ✓ |
| | G4-EC8 | Impactos económicos indirectos significativos, incluyendo su alcance. | 64 | | ✓ |
| Desempeño ambiental | | | | | |
| Materiales | EDG | Enfoque de gestión. | 51 | | ✓ |
| | G4-EN1 | Materiales utilizados. | 51 | | ✓ |
| Energía | EDG | Enfoque de gestión. | 50-51 | | ✓ |
| | G4-EN3 | Energía consumida dentro de la organización. | 50 | | ✓ |
| | G4-EN5 | Intensidad energética. | 50 | | ✓ |
| Agua | EDG | Enfoque de gestión. | 48-49 | | ✓ |
| | G4-EN8 | Consumo total de agua según fuente. | 49 | | ✓ |
| Biodiversidad | EDG | Enfoque de gestión. | 55 | | ✓ |
| | 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 | 55 | | ✓ |
| Emisiones | EDG | Enfoque de gestión. | 52 | | ✓ |
| | G4-EN15 | Emisiones directas de gases de efecto invernadero (GHG) (Alcance 1). | 52 | | ✓ |
| | G4-EN16 | Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GHG) (Alcance 1). | 52 | | ✓ |
| | G4-EN17 | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GHG) (Alcance 3). | 52 | | ✓ |
| Efluentes y residuos | EDG | Enfoque de gestión. | 53-54 | | ✓ |
| | G4-EN23 | Residuos generados. | 53-54 | | ✓ |
| Productos y servicios | EDG | Enfoque de gestión. | | | ✓ |
| | G4-EN27 | Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios. | 48-49, 51-52 | | ✓ |
| Evaluación ambiental de los proveedores | EDG | Enfoque de gestión. | 70 | | ✓ |
| | G4-EN32 | Nuevos proveedores analizados en base a criterios ambientales. | No disponible. | Disponible a partir de 2015. | ✓ |

| Aspectos materiales | Indicadores | Descripción | Página o respuesta directa | Omisiones | Verificación |
|--|-------------|---|---|------------------------------|--------------|
| Desempeño social - Prácticas laborales | | | | | |
| Empleo | EDG | Enfoque de gestión. | 28 | | ✓ |
| | G4-LA2 | Beneficios sociales para los empleados. | 30 | | ✓ |
| Relaciones entre los trabajadores y la dirección | EDG | Enfoque de gestión. | En 2014 PortAventura ha aplicado el convenio colectivo 2011-2014, el cual fue pactado entre PortAventura, integrado por las empresas Port Aventura Entertainment SA, Port Aventura Viajes SA y el Comité de Empresa de Port Aventura Entertainment SA, y la sesión sindical de UGT en el Grupo Port Aventura. | | ✓ |
| | G4-LA4 | Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos. | PortAventura se rige por los trámites establecidos en el Estatuto de los Trabajadores. | | ✓ |
| Salud y seguridad en el trabajo | EDG | Enfoque de gestión. | 34 | | ✓ |
| | G4-LA5 | Trabajadores que están representado en comités de seguridad y salud. | 34 | | ✓ |
| | G4-LA6 | Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo. | 35 No se han producido víctimas mortales relacionadas con el trabajo. | | ✓ |
| Capacitación y educación | EDG | Enfoque de gestión. | 33 | | ✓ |
| | G4-LA10 | Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores. | 33 | | ✓ |
| Diversidad e igualdad de oportunidades | EDG | Enfoque de gestión. | 31-32 | | ✓ |
| | G4-LA12 | Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla. | 30-32 | | ✓ |
| Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores | EDG | Enfoque de gestión. | 70 | | ✓ |
| | G4-LA14 | Nuevos proveedores analizados en base a criterios de prácticas laborales. | No disponible. | Disponible a partir de 2015. | ✓ |

| Aspectos materiales | Indicadores | Descripción | Página o respuesta directa | Omisiones | Verificación |
|--|-------------|--|--|------------------------------|--------------|
| Desempeño social - Derechos humanos | | | | | |
| No discriminación | EDG | Enfoque de gestión. | 31 | | ✓ |
| | G4-HR3 | Incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas. | PortAventura no ha registrado ningún caso de discriminación. | | ✓ |
| Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos | EDG | Enfoque de gestión. | 70 | | ✓ |
| | G4-HR10 | Nuevos proveedores seleccionados en base a criterios de derechos humanos. | No disponible. | Disponible a partir de 2015. | ✓ |
| Desempeño social - Sociedad | | | | | |
| Comunidades locales | EDG | Enfoque de gestión. | 74-79 | | ✓ |
| | G4-SO1 | Programas de desarrollo y, evaluaciones de impactos con participación de la comunidad local. | 75-79 | | ✓ |
| Lucha contra la corrupción | EDG | Enfoque de gestión. | 18 | | ✓ |
| | G4-SO4 | Comunicación y formación en políticas y procedimientos anticorrupción. | Todos los miembros del órgano de gobierno y los empleados han sido informados sobre el Código de ética y conducta profesional y las respectivas políticas y procedimientos para luchar contra la corrupción. No se ha impartido formación específica sobre anticorrupción. | | ✓ |
| Desempeño social - Responsabilidad de producto | | | | | |
| Salud y seguridad de los clientes | EDG | Enfoque de gestión. | 40-41 | | ✓ |
| | G4-PR1 | Productos y servicios para las que los impactos en la salud y seguridad de los clientes son evaluados. | 40 | | ✓ |
| Etiquetado de productos y servicios | EDG | Enfoque de gestión. | 40-43 | | ✓ |
| | G4-PR5 | Resultados de las encuestas de satisfacción del cliente. | 43 | | ✓ |
| Privacidad de los clientes | EDG | Enfoque de gestión. | 43 | | ✓ |
| | G4-PR8 | Reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes. | 43 | | ✓ |

| Aspectos materiales | Descripción | Página o respuesta directa | Omisiones | Verificación |
|--|---|----------------------------|-----------|--------------|
| Otros asuntos no GRI | | | | |
| Sensibilización en buenas prácticas ambientales | Enfoque de gestión. | 56 | | ✓ |
| | Acciones de información y sensibilización ambiental impulsadas dirigidas a clientes y empleados. | 56 | | ✓ |
| Innovación en diseño y mejora de las atracciones e instalaciones | Enfoque de gestión. | 63 | | ✓ |
| | Nuevas atracciones y eventos. | 63 | | ✓ |
| Seguridad del merchandising | Enfoque de gestión. | 41 | | ✓ |
| | Normativa y estándares contemplados para garantizar la seguridad de los productos de merchandising. | 41 | | ✓ |
| Seguridad alimentaria y promoción de hábitos de alimentación saludable | Enfoque de gestión. | 41 | | ✓ |
| | Número de auditorías higiénico-sanitarias (internas y externas) llevadas a cabo durante el año. | 41 | | ✓ |
| | Número de auditorías a proveedores (internas y externas) llevadas a cabo durante el año. | 41 | | ✓ |
| Accesibilidad arquitectónica | Enfoque de gestión. | 42 | | ✓ |
| | Acciones impulsadas durante el año para la mejora de la accesibilidad arquitectónica. | 42 | | ✓ |

Tabla de Contenidos del Pacto Mundial





VÍNCULOS CON LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL (2000)

| Indicadores | Página 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. | 18, 23, 74-79 | 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. | 18, 23 | 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. | 30 | 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. | 18, 23 | Subcategoría Derechos Humanos: trabajo forzoso. |
| Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil. | 18, 23 | Subcategoría Derechos Humanos: trabajo infantil. |
| Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación. | 28-35 | 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. | 46-56 | Categoría Medio ambiente: todos los aspectos. |
| Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. | 46-56 | 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. | 46-56 | Categoría Medio ambiente: todos los aspectos. |
| Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno. | 18 | Subcategoría Sociedad: Lucha contra la corrupción y Política Pública. |