



PortAventura®
WORLD

PARKS & RESORT

Informe de responsabilidad corporativa 2015



HOTELES



PARQUE TEMÁTICO



PARQUE ACUÁTICO



GOLF



BEACH CLUB



CONVENTION CENTRE



Network Spain
WE SUPPORT



EMAS
REGISTRADO
ES-CAT-00000



Gold
Travelife
Sustainability in tourism



ClubEMAS
Asociación de organizaciones
registradas EMAS en Cataluña





INFORME DE
RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA 2015
DEL GRUPO PORTAVENTURA



ÍNDICE

6
Acerca del informe

8
Presentación

12
Destacados 2015

16
Grupo
PortAventura,
20 años de éxitos

26
La responsabilidad
corporativa como
eje vertebrador
de la estrategia
empresarial

36
Compromisos
sociales

70
Compromisos
ambientales

84
Compromisos
económicos

96
Índice de
contenidos GRI G4

112
Tabla de contenidos
del Pacto Mundial



ACERCA DEL INFORME

Alcance y cobertura

Este es el octavo *Informe de responsabilidad corporativa* de PortAventura World, de carácter anual, que abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2015.

El informe cubre las actividades de PAESA Entertainment Holding, S.L.U., la sociedad dominante cabecera del Grupo PortAventura, formada por las siguientes sociedades dependientes: PortAventura Entertainment, S.A.U. (explotación de parques temáticos, complejos hoteleros y centros de convenciones, así como de servicios anexos y complementarios de unos y otros), PortAventura Viajes, S.A.U. (agencia de viajes) y Hotel Caribe Resort, S.L. (explotación hotelera), además de la Fundación PortAventura, ya que esta es una entidad independiente. En este sentido, el 100 % de la cifra de negocio del año 2015 ha sido incluida en el presente informe.

Verificación externa

TÜV Rheinland ha sido la empresa 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 el Informe de Responsabilidad Corporativa y el certificado emitido en el siguiente enlace:
<https://www.portaventuraworld.com/nuestro-compromiso>.

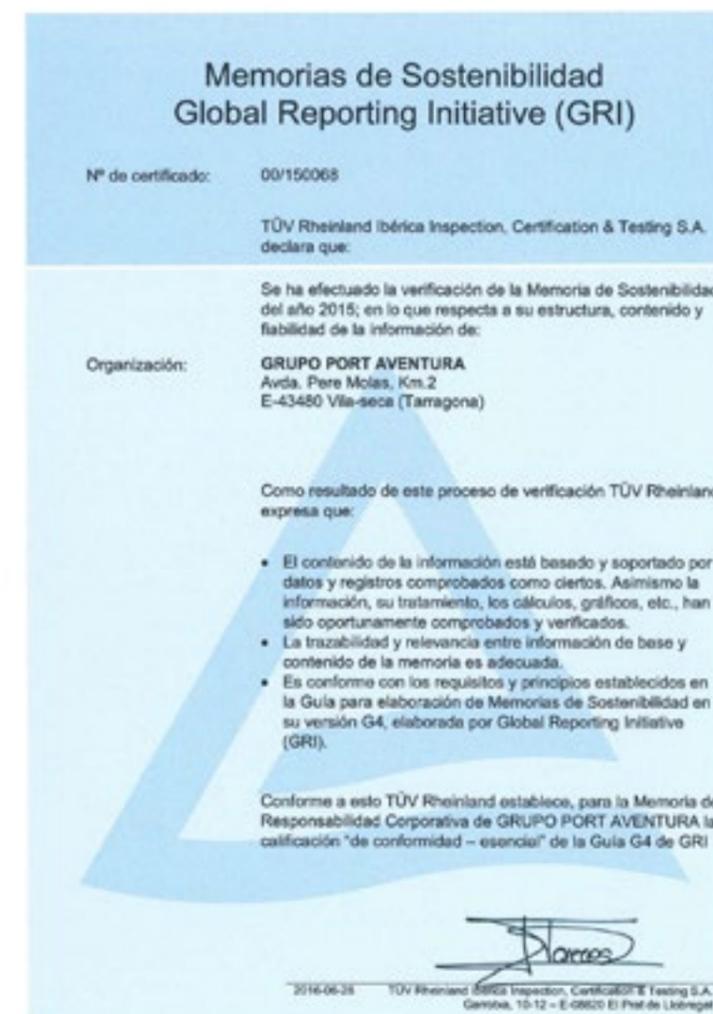
Definición del contenido y proceso de elaboración

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 y Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. 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, que aportan información vinculada a los diferentes aspectos incluidos en este. La coordinación se lleva a cabo desde el Área de Responsabilidad Corporativa.

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

Choni Fernández,
Directora Servicios Centrales





PRESENTACIÓN

Carta del Presidente del Comité Ejecutivo

Siguiendo nuestro compromiso de dar cuenta no solamente de nuestros resultados económicos, sino también de nuestro avance en materia medioambiental, hacia nuestros grupos de interés y en acción social, presentamos el *Informe de responsabilidad corporativa de PortAventura World*. Un año más, renovamos el compromiso adquirido con el Pacto Mundial para implantar en nuestro grupo los principios que recoge esta iniciativa internacional; este informe es una muestra de la voluntad de extender las buenas prácticas alineadas con nuestra actividad, que contribuyen a la sostenibilidad de PortAventura World.

Actuamos con la voluntad de alcanzar nuestros objetivos de una forma responsable porque lo consideramos necesario para impulsar un modelo de negocio sostenible a largo plazo, focalizando nuestros esfuerzos en aquello que de verdad aporte valor a PortAventura World y a nuestros grupos de interés. En este sentido la responsabilidad corporativa es el catalizador perfecto.

Aunque llevemos mucho tiempo desarrollando acciones de responsabilidad corporativa, queremos maximizar los resultados que pretendemos generar. Las líneas de actuación en este ámbito están alineadas con los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible más afines a nuestra actividad. A medio y largo plazo, se concretan en hacer partícipes a los clientes de nuestro compromiso de responsabilidad corporativa, promover un equipo multicultural satisfecho, comprometido y alineado con los valores y objetivos de la compañía, impulsar los hábitos saludables entre los empleados y garantizar su seguridad, favorecer el desarrollo profesional mediante una oferta formativa de fácil acceso, divulgar la responsabilidad corporativa en la cultura organizacional, innovar en la incorporación de buenas prácticas ambientales en las instalaciones y servicios, generar sinergias positivas con la comunidad local, maximizar el impacto social de la Fundación PortAventura y promover la gestión responsable de la cadena de proveedores en base a criterios sociales y ambientales.

Fieles a nuestra voluntad de mejora continua, en 2016 se constituirá el Comité de Responsabilidad Corporativa como órgano transversal responsable de centralizar la identificación de oportunidades y el seguimiento de las acciones relacionadas con las líneas de actuación antes descritas.

Este 2015, celebramos los veinte años de la apertura del parque, y el balance es muy positivo, puesto que en este tiempo la evolución de PortAventura World ha sido espectacular, pasando de ser el primer parque temático de España hasta lo que es en la actualidad, uno de los resorts vacacionales más importantes de Europa, lo que nos permite satisfacer las necesidades de ocio tanto de los clientes de una jornada, o de pocos días, como de los clientes que buscan un destino para disfrutar de estancias más largas. Sin olvidar a nuestros clientes de empresa, que realizan sus reuniones y convenciones en el Convention Centre de PortAventura World. Nuestros clientes valoran su satisfacción en más de 4 puntos sobre 5, tanto en el parque como en el Centro de Convenciones, y el 89 % de los visitantes volverían al parque.

Esta evolución ha sido posible gracias a la apuesta decidida por la innovación, tanto en nuevas atracciones como en hoteles, así como el Centro de Convenciones. Cabe destacar, también, la sinergia que hemos establecido durante este proceso con el entorno, la Costa Dorada. Un destino turístico consolidado y que PortAventura World ha podido capitalizar, con el pleno reconocimiento del sector turístico de toda Europa.

Pero no solamente la innovación habría permitido llegar al éxito del que goza PortAventura World; la profesionalidad, el trato y la actitud de todo nuestro equipo humano son también la clave de éxito, siendo un valor generador de nuevas visitas y de reconocido valor para nuestros clientes.

2015 destaca por la conversión del edificio Mansión de Lucy, del Hotel Gold River, en nuestro primer 5 estrellas del Resort, que se convierte en nuestro quinto hotel. En paralelo, se amplía el Hotel Gold River con el Edificio Callaghan de 78 nuevas habitaciones de perfil deluxe. Ambos casos se enmarcan en el contexto del fuerte plan de inversiones acometido durante los últimos cinco años para seguir desarrollando PortAventura World como un Resort único en Europa, con cerca de cuatro millones de visitas anuales, el 33 % de las cuales son internacionales, y con la mejor oferta de productos y servicios. El desarrollo de la planta hotelera del Resort reafirma la estrategia de PortAventura World de posicionarse como el mejor destino de ocio familiar de Europa para todos los públicos.



Actuamos con la voluntad de alcanzar nuestros objetivos de una forma responsable porque lo consideramos necesario para impulsar un modelo de negocio sostenible a largo plazo

Junto al desarrollo empresarial de PortAventura World y con el fin de canalizar e impulsar la acción social de la compañía, seguimos apostando por la Fundación PortAventura, cuyo objetivo prioritario es mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes con capacidades especiales, en riesgo de exclusión social y enfermedades. En esta línea, continúa avanzando la construcción de la UCI pediátrica dentro del acuerdo de colaboración con el Hospital Sant Joan de Déu.

Siguiendo nuestra estrategia de crecimiento e innovación, el proyecto de Ferrari Land es un ejemplo de nuestra voluntad de desarrollar un plan a largo plazo apoyado en marcas internacionales de reconocido prestigio, con el objetivo de incrementar el número de visitantes y convertir PortAventura World en un destino vacacional mundial. Los grandes proyectos que tenemos entre manos, como Ferrari Land, son la muestra de que este 20.º Aniversario es solo el comienzo de una etapa con una inmensa proyección.

Sergio Feder,
Presidente del Comité Ejecutivo



DESTACADOS 2015

GRUPO PORTAVENTURA WORLD



3,9

Millones de visitas al Resort (PortAventura Park y PortAventura Caribe Aquatic Park)¹



962

Miles de pernoctaciones en hoteles

303.554

Hotel PortAventura

184.874

Hotel El Paso

217.951

Hotel Caribe

242.013

Hotel Gold River

13.904

Hotel Mansión de Lucy



81.352

Participantes en el Centro de Convenciones

¹ Incluye los espectadores de Cirque du Soleil.

CLIENTES



4,2

Valoración global del día en el parque (puntuación sobre 5)



33 %

Visitas internacionales a PortAventura World

EQUIPO HUMANO



2.746

Plantilla en agosto



1.439

Plantilla a 31 de diciembre



75 %

Plantilla con contrato indefinido



65 %

Mujeres en plantilla

PROVEEDORES



1.053

Número de proveedores



86 %

Proveedores nacionales

FUNDACIÓN PORTAVENTURA



1,3

Millones de euros destinados a actividades de la Fundación

MEDIO AMBIENTE



723,46

Toneladas Residuos generados por cada millón de visitas



9,0

MWh Consumo de energía (electricidad y gas natural) por cada 1.000 visitantes-pernoctaciones



82,3 m³

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



3,3

t CO₂ eq. Emisiones de gases de efecto invernadero por cada 1.000 clientes

11,36

t CO₂ eq. Emisiones de gases de efecto invernadero por empleado ²

ECONOMÍA



191

Millones de euros Facturación equivalente



82,8

Millones de euros EBITDA

² Plantilla a 31 de diciembre



European Destination Resort

PortAventura World celebra su 20.º Aniversario

Cirque du Soleil presenta el espectáculo *Amaluna* en PortAventura World

PortAventura Convention Centre fue el escenario del mayor evento de formación de la historia de SEAT

Hotel Mansión de Lucy: el primer hotel 5 estrellas del Resort

Nuevo edificio The Callaghan's en el Hotel Gold River



GRUPO PORTAVENTURA, 20 AÑOS DE ÉXITOS

20 años aportando ilusiones y emoción

Inaugurado en 1995, PortAventura World es hoy en día un Resort internacional y un destino vacacional para familias situado entre Salou y Vila-seca (Tarragona).

Sus 20 años de trayectoria se basan, sobre todo, en la innovación y la constante evolución: nuevas atracciones batiendo récords, cinco hoteles con más de 2.000 habitaciones y un centro de

convenciones de máximo nivel con capacidad para 4.000 asistentes.

La oferta de PortAventura World incluye también la posibilidad de disfrutar de tres campos de golf, uno de ellos diseñado por Greg Norman, y un *beach club* con acceso directo a la playa, situados en las inmediaciones del Resort.

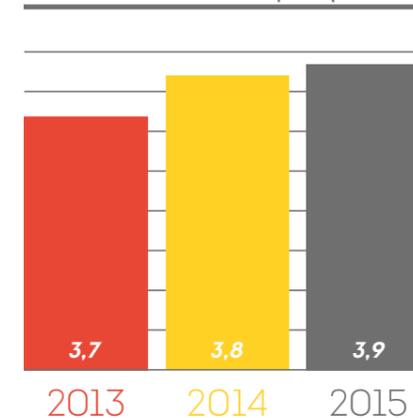


PortAventura Park	PortAventura Caribe Aquatic Park	Hoteles	PortAventura Convention Centre
Alrededor de 4 millones de visitantes anuales		Cerca de 1 millón de pernoctaciones en 2015	Más de 81.000 participantes en 2015

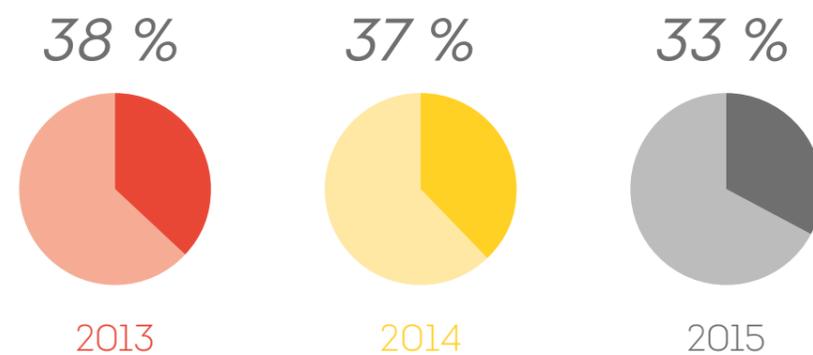
+3,2 % Visitantes en PortAventura Park respecto a 2014

+3,3 % Habitaciones ocupadas respecto a 2014

Millones de visitas parques¹

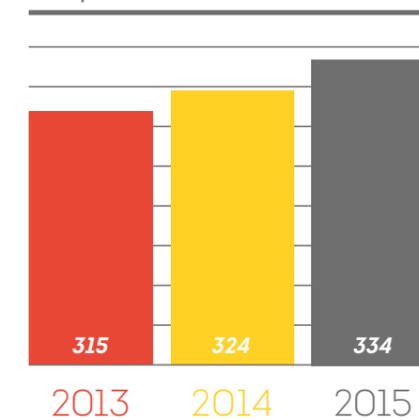


Visitas internacionales a PortAventura World



1. Incluye a los espectadores de Cirque du Soleil.

Miles de habitaciones ocupadas



Reconocimientos a la excelencia 2015

PortAventura Park distinguida con el Travellers Choice 2015, el galardón más importante concedido por TripAdvisor



**Mejor parque temático
Mejor show**

**Comunidad europea
worldofparks.eu.**

Mejor parque temático de Europa para PortAventura Park y *Celebration* como el mejor show en un parque temático europeo.



Mejor atracción

The Worldwide Attractions Awards.
Reconocimiento a la mejor atracción para Shambhala.



Star Awards

Kirmes & Parks Magazine.
Best Europe steel coaster for Shambhala.



**Travellers Choice 2015
Certificado excelencia**

TripAdvisor®.
Certificado de excelencia para PortAventura Park y PortAventura Caribe Aquatic Park.



Proven Quality

**Sello de calidad del Grupo Thomas Cook
"Proven Quality".**

Los hoteles del Resort reciben este certificado a partir de excelentes comentarios de los clientes y una reputación por encima de la media en relación al servicio, la hospitalidad, la limpieza y la relación calidad-precio.



Gold Award hoteles

Travelife.
Gold Award a los hoteles PortAventura, Caribe, El Paso, Gold River y Mansión de Lucy.



Responsabilidad corporativa

Corresponsables.
Galardón por los diez años de trayectoria de la estrategia de responsabilidad social corporativa de PortAventura World.



Calidad ambiental

Distintivo de garantía de calidad ambiental de la Generalitat de Catalunya.

Concedido al Hotel Mansión de Lucy; reconocimiento al Hotel El Paso y el Hotel PortAventura por contar durante más de diez años con el distintivo correspondiente a la categoría de establecimientos hoteleros.

Profesionalidad y ética en el modelo de gobierno corporativo

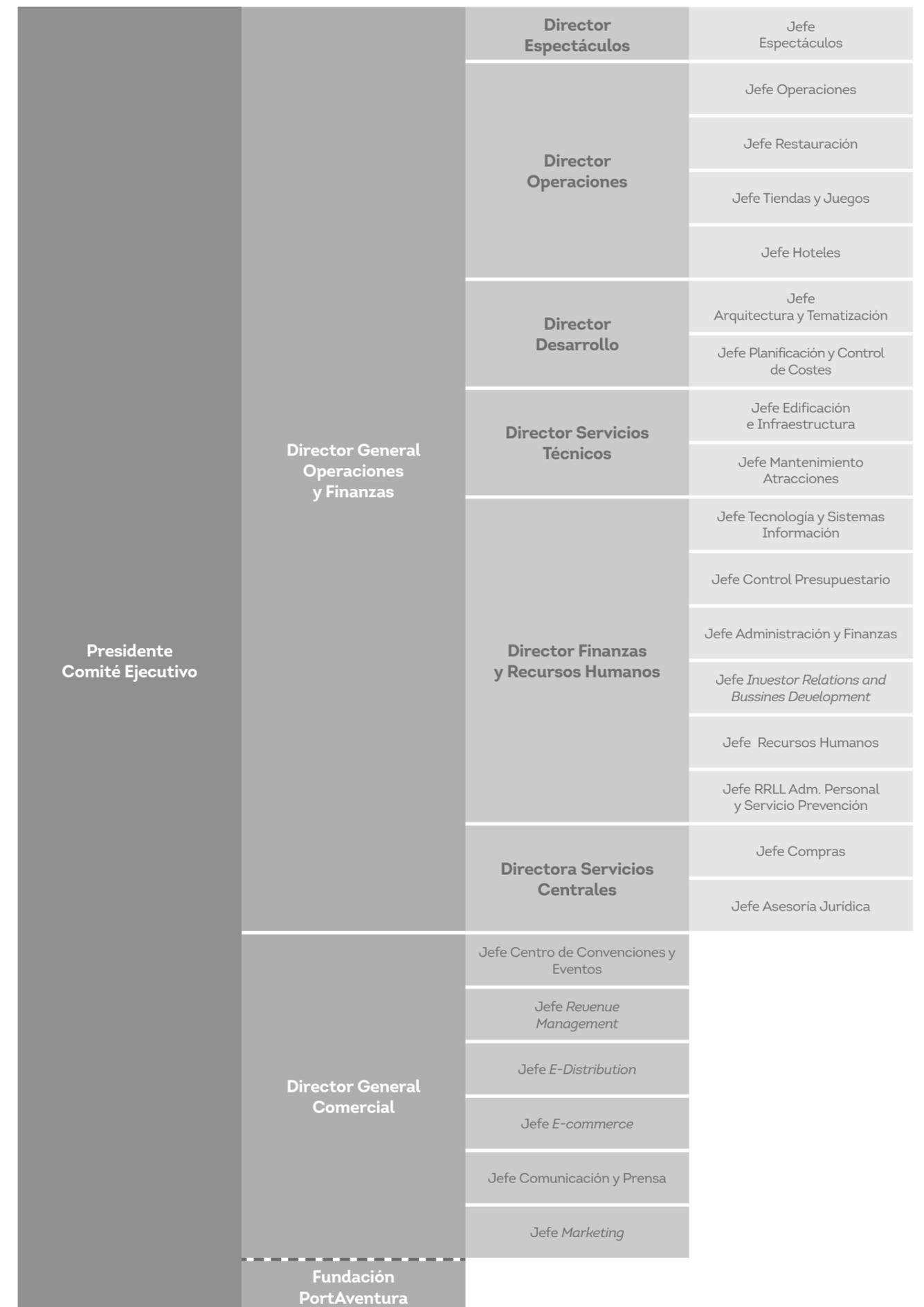
PortAventura World tiene un firme compromiso con la integridad, la transparencia de gestión y la buena gobernanza con el objetivo de ser un excelente resort. Internamente, sigue el Código de ética y conducta profesional que establece los principios de actuación que han de regir los comportamientos y las decisiones de todos los empleados, ejecutivos y directivos. Este código ha sido validado por el Consejo de Administración, el Comité de Control Interno y el Comité de Dirección.

Uno de los principios generales que rigen el comportamiento de los profesionales de PortAventura World se menciona en el Código de ética y conducta profesional, en la sección contra la corrupción y el fraude. Todos los profesionales de

PortAventura World deben actuar de conformidad con los procedimientos internos existentes para evitar situaciones de estafa, cohecho, corrupción y delitos contra la Hacienda Pública y la Seguridad Social. Deberán informar a sus superiores, previamente, de cualquier negociación o contratación en nombre de PortAventura y abstenerse de hacer cualquier tipo de ofrecimiento a autoridades, organismos, autoridades públicas u otras instituciones; asimismo, deberán rechazar y denunciar internamente posibles ofertas de remuneración. Por último, todos los profesionales tienen la obligación de informar internamente del incumplimiento del código ético y de las normas de PortAventura World en esta área.

El Consejo de Administración es el máximo órgano de gobierno de PortAventura World y dispone del Comité de Control Interno y del Comité de Dirección

Objetivos para 2016: la creación del Comité de Responsabilidad Corporativa de PortAventura World y la incorporación de la función del Compliance Officer.



Sumar con alianzas estratégicas

PortAventura World participa de forma activa con organismos sectoriales e instituciones públicas y del tercer sector social médico, asistencial, entre otros, como parte de su firme compromiso de promover el desarrollo económico y social.

PortAventura World

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





LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA COMO EJE VERTEBRADOR DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL



COMPROMISOS SOCIALES

COMPROMISOS AMBIENTALES

COMPROMISOS ECONÓMICOS



UN EQUIPO HUMANO
EXCEPCIONAL PARA
UN TRATO EXCELENTE

EXPERIENCIAS
MEMORABLES PARA
LOS **CLIENTES**

LA **FUNDACIÓN PORTAVENTURA**,
UNA CONTRIBUCIÓN AL BIENESTAR
DE LA **SOLEDAD**

EL RESPETO POR EL **MEDIO AMBIENTE**
COMO PRINCIPIO BÁSICO DE GESTIÓN

UN NEGOCIO
RENTABLE

UNA ESTRATEGIA
DE **EXPANSIÓN** PARA
GENERAR VALOR

VALORES
COMPARTIDOS CON
LOS **PROVEEDORES**



NUESTRA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

UN COMPROMISO DE TODOS Y PARA TODOS

PRINCIPIOS PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

DERECHOS HUMANOS

1

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

2

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

3

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

4

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

5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

6

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

7

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

8

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

9

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

10

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



Network Spain
WE SUPPORT

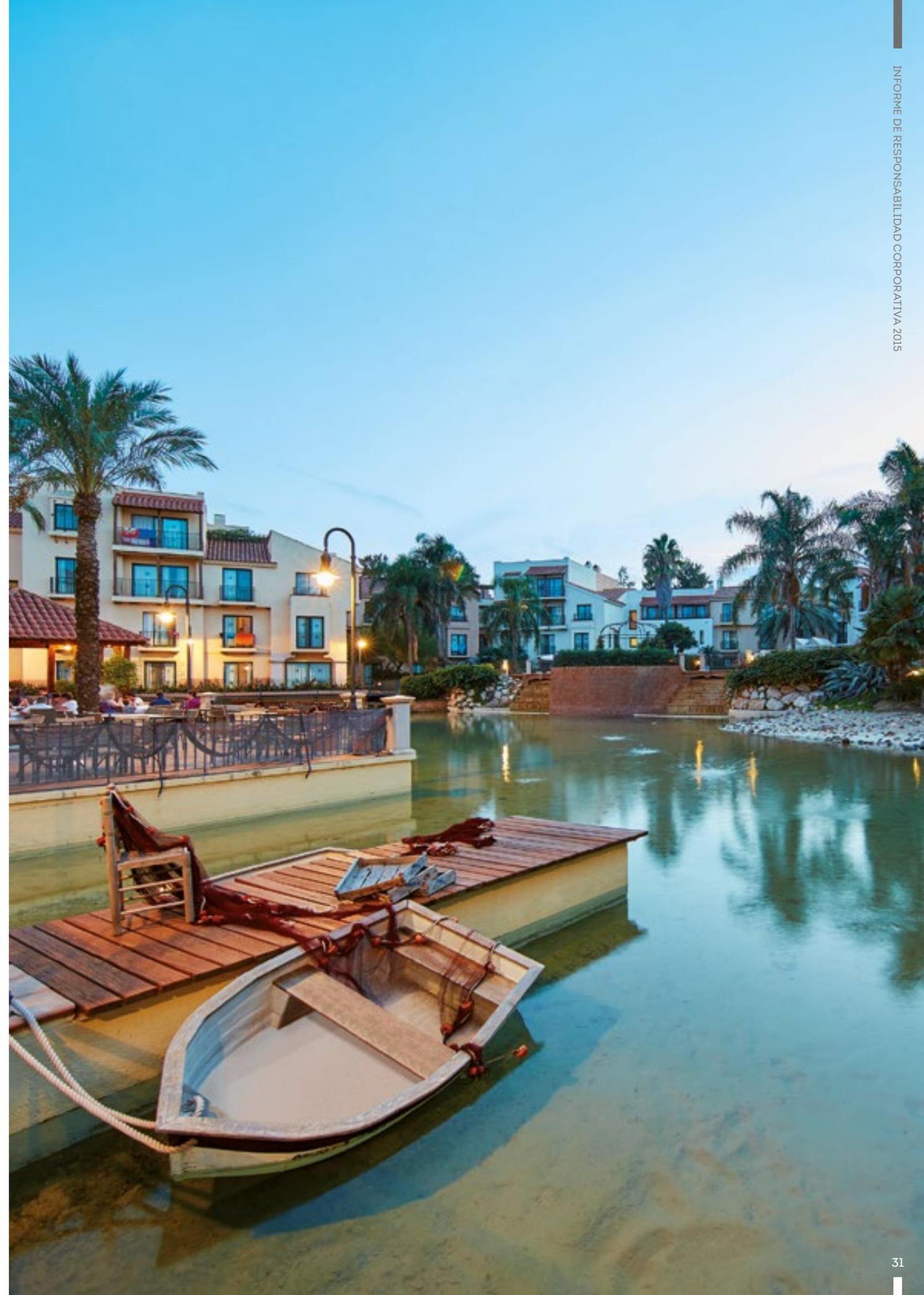
La responsabilidad corporativa, un compromiso a largo plazo

La visión estratégica de PortAventura World de la responsabilidad corporativa está orientada a impulsar iniciativas que creen valor para sus grupos de interés. Esta visión se plasma en los compromisos sociales, que incluyen al equipo humano, los clientes/visitantes y la acción social, así como los compromisos ambientales, que incluyen buenas prácticas alineadas con los principales impactos sobre el entorno natural. Y los compromisos económicos, que integran desde la innovación y el buen gobierno corporativo, hasta el desempeño económico y la contribución al desarrollo local.

Como parte de su compromiso con la responsabilidad corporativa, ha integrado los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas, trabajando para dar cumplimiento a aquellos objetivos más afines y alcanzables por su tipo de actividad. En este sentido, es impulsora del turismo sostenible de la Organización Mundial del Turismo y está adherida al Pacto Mundial, con un nivel avanzado, a la vez que considera imprescindible que el sector turístico comparta responsabilidades en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Estos son, pues, los principios básicos que conforman los pilares de la estrategia en responsabilidad corporativa de la compañía.

Para la gestión de la responsabilidad corporativa, las diferentes direcciones y áreas operativas establecen objetivos específicos en el marco de los compromisos sociales, ambientales y económicos, que desde el Área de Responsabilidad Corporativa se coordinan para integrarlos en los sistemas de gestión existentes y en el proceso de mejora continua. El área de Responsabilidad Corporativa depende de la Dirección de Servicios Centrales, la cual da servicio a todas las áreas de la compañía.

PortAventura World se unió en 2008 al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y actualmente dispone del nivel advanced, el nivel de mayor calidad en el reporting



La materialidad, temas clave del informe

Para determinar los aspectos relevantes que deben reportarse sobre el desempeño de PortAventura World en los ámbitos económico, social y medioambiental, para la edición 2014 del informe se llevó a cabo un análisis de materialidad que integra las prioridades de la compañía con las de sus grupos de interés. Este proceso se realizó con el objetivo de enfocar los contenidos en lo relevante, siguiendo las pautas de la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4. Dado que

no han tenido lugar cambios operacionales significativos en PortAventura World durante 2015, se consideran válidos y vigentes los resultados del análisis de materialidad llevado a cabo en la anterior edición del informe.

Para el estudio, se pidió a los grupos de interés que completaran una encuesta en línea. Según las respuestas recibidas, se considera que los resultados son representativos de los grupos de interés de PortAventura World.

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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 merchandising* 	<ul style="list-style-type: none"> 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 World		

- Aspectos ambientales
- Aspectos económicos
- Aspectos de prácticas laborales
- Aspectos de derechos humanos
- Aspectos de sociedad
- Aspectos de responsabilidad de producto

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



Transparencia en la relación con los grupos de interés

Uno de los objetivos principales de la responsabilidad corporativa de PortAventura World es aportar valor a todos los grupos de interés con una escucha activa de sus necesidades e inquietudes a través de una relación multicanal.



ACCIONISTAS

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



SOCIEDAD

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



CLIENTES

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



PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

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



EMPLEADOS

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

Objetivos de responsabilidad corporativa orientados a los grupos de interés

		Corto plazo	Medio plazo	Largo plazo
Para los clientes	Crear el Manual de Eventos Sostenibles del Centro de Convenciones	●		
	Desarrollar acciones para la reducción del despilfarro alimentario en los hoteles	●	●	●
	Divulgar el compromiso de responsabilidad corporativa en los canales de TV internos de los hoteles	●		
Para los empleados	Desarrollar el programa PortAventura e-Saludable	●	●	●
	Implantar la nueva plataforma de formación	●		
Para los proveedores	Homologar los proveedores mediante criterios ambientales y sociales (Portal Proveedores)	●		
	Llevar a cabo anualmente una jornada con proveedores "Diálogo con proveedores"	●	●	●
	Implantar el sistema de evaluación de proveedores			●
Para la sociedad	Incrementar la participación de los empleados en el Proyecto Teaming	●	●	●
	Aumentar el número de participantes en los eventos para la recaudación de fondos anuales	●	●	●
	Buscar nuevos sponsors de la Fundación PortAventura	●	●	●
Para el medioambiente	Reducir la fracción de residuos sólidos urbanos (RSU)	●	●	●
	Optimizar el consumo por visitante-pernoctación y año de energías y agua	●	●	●

Nuestra razón de ser

Misión

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

Valores corporativos

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





COMPROMISOS SOCIALES



Un equipo humano excepcional para un trato excelente

Compromiso por su bienestar

El elemento más importante de éxito de PortAventura World son sus empleados, porque el trato, la actitud y la profesionalidad en la relación con los clientes son factores clave.

PortAventura World celebra su 20.º Aniversario con sus empleados con actividades variadas, entre las que destaca el acto especial para las 184 personas que trabajan en la compañía desde su apertura. En el acto se les hizo entrega de un libro conmemorativo que explica la trayectoria de la compañía en sus 20 años de historia.

Otras acciones para todo el personal con motivo de la celebración, fueron el sorteo de 20 entradas dobles para el espectáculo *Amaluna*, el concurso de *selfies*, los precios especiales en entradas y el sorteo de varias estancias y viajes, entre ellos uno a Nueva York.



Algunos testimonios



“Llegué a este proyecto en 1993 formando parte del equipo de construcción del parque. Empecé como recepcionista, pero en un par de semanas me trasladaron al equipo del Director de Construcción. Poco después de la inauguración del Parque, pasé a ser secretaria del Departamento de Mantenimiento y en 2004, después de formarme en el campo de la Responsabilidad Corporativa, me incorporé a mi actual puesto. Actualmente estoy muy contenta con mi trabajo y el balance es muy positivo, la verdad es que estos años me han pasado volando.”

Anna Sabaté,
Técnica Sénior
Responsabilidad Corporativa



“Envié el currículum a PortAventura, me contrataron y me quedé. Me llamó la atención el proyecto: una empresa grande, dedicada al ocio. De la primera temporada tengo muy buenos recuerdos porque fue muy especial. En estos 20 años, dentro del área de Operaciones he pasado por todo el Parque, excepto por Admisiones. El balance de estos 20 años es positivo, ahora no sientes la emoción de aquel primer año, obviamente, porque ya forma parte de tu día a día.”

Margarita López,
Especialista Atracciones



“Del primer día me acuerdo de tener muchos, muchos nervios, pero sobre todo mucha ilusión. Sentías que estabas viviendo el estreno de algo muy importante a nivel europeo, aunque también era una incógnita, porque había muy poco para poder comparar y saber cómo saldría todo. El primer día estábamos todos expectantes de la entrada del primer cliente. Cuando vives el comienzo de un proyecto con tanta ilusión, las emociones están a flor de piel.”

Juan Carlos Edo,
Responsable Producción
Espectáculos



Un equipo al servicio del cliente y del visitante

La plantilla se caracteriza por su estacionalidad, puesto que hay un aumento de las contrataciones durante la temporada turística, principalmente en los meses de mayo a agosto y en octubre, con motivo de la celebración de Halloween.



* Plantilla existente el día 15 de cada mes



2.746
Empleados
en agosto



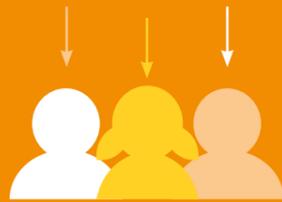
1.727
Empleados
de media¹

31



1.439
Plantilla

A 31 de diciembre



3.428
Personal externo



64 %
Personal de
operaciones



75 %
Plantilla con
contrato
indefinido



83 %
Plantilla
a jornada
completa



98 %
Plantilla
cubierta por
el convenio
colectivo propio

¹ Cálculo realizado con la plantilla existente el último día de cada mes.

Nuevo convenio colectivo para la mejora de las condiciones laborales

En 2015 se ha firmado un nuevo convenio colectivo, 2015-2019, que introduce mejoras en los ámbitos de la retribución, la estabilidad, la conciliación y la contratación:

- La garantía de la prestación de servicios durante 6 meses y 20 días se incrementó a 7 meses.
- Incremento salarial 2015 - IPC + 0,7 %.
- Se fija a partir de 2016 para los grupos profesionales B, C, E, F y G (que actualmente no tienen retribución variable) que podrán percibir una prima de productividad anual no consolidable condicionada a la superación del EBITDA anual.
- Incremento de complementos salariales.
- Los trabajadores de oficina (personal de oficina) con horarios regulares tendrán horas de trabajo intensivo durante el mes de agosto, de 8 a 15 h.
- Plus de idiomas.

- Los trabajadores que voluntariamente opten por no realizar vacaciones durante los meses de julio y agosto podrán determinar hasta un 75 % el periodo de disfrute de sus vacaciones (el momento de disfrutar el 25 % restante de las vacaciones será determinado por la empresa).
- Congelación durante cinco años del precio del menú a 2,50 €.
- Conversión de 150 contratos eventuales a contratos fijos discontinuos (100 en 2015 y 50 en 2016).
- Incremento de número de días de ciertos permisos: los permisos relativos a fallecimiento (artículo 15.2.A) y B)), enfermedad grave (artículo 15.2.C) y D)) y natalidad pasarán de 2 a 3 días. Asimismo, los permisos por enfermedad grave (artículo 15.2.C) y D)) podrán disfrutarse dentro de los 7 días posteriores al hecho causante.
- Excedencias: en el caso de las excedencias por cuidado de hijo menor de 3 años, de mayores o por violencia de género, se incrementa este periodo de reserva de puesto de trabajo a tres años.
- La póliza de seguro de accidentes aumenta su cobertura.



Múltiples ventajas para los empleados

El modelo de retribución se complementa con distintas ventajas y beneficios para todos los empleados: seguro de accidentes colectivo, condiciones ventajosas para acceder al Resort (acceso libre al parque, *parking* gratuito, disponibilidad de

pases de temporada, descuentos en paquetes de entradas para PortAventura Park y el parque acuático, y en hoteles, tiendas, restauración y alquiler de servicios). Como novedades destacan:

Nueva plataforma web: *Guía PortAventura*.

Incorpora todas las ventajas e información corporativa, con más de 400 anunciantes que se irán renovando y ampliando periódicamente con nuevas ofertas, y aporta mayor accesibilidad, al disponer de una *app* específica.

Nuevo espacio de servicios para los empleados.

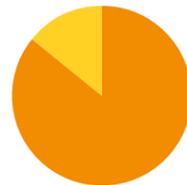
Incluye una sala de *training* para la práctica del *fitness*, una tienda *outlet* de productos de PortAventura y un mostrador de atención al empleado.

Compromiso con los futuros profesionales

PortAventura World 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 - 18 años). En este caso, además, ofrece ayudas a los estudios para los empleados matriculados en la Universitat Rovira i Virgili, al mismo tiempo que acoge a estudiantes en prácticas y concede permisos para exámenes.

Para facilitar la incorporación al mundo laboral, PortAventura World tiene establecidos convenios de colaboración con más de treinta centros formativos; por ejemplo, el Programa Dual Instituto Juan XIII y los diversos programas de prácticas. También está presente en diferentes ferias de empleo de la comarca.

Internacionales
13 (14 %)
Nacionales
78 (86 %)



Acogida de estudiantes en prácticas 2015

Respeto a la igualdad, la diversidad y la multiculturalidad

La igualdad de género es un compromiso inherente en la gestión de las personas que se hace efectivo y se materializa mediante herramientas tales como el Plan de Igualdad de Oportunidades, el protocolo contra el acoso laboral, el uso de un lenguaje no sexista o la incorporación de la perspectiva de género en las evaluaciones de riesgos psicosociales.

En PortAventura World 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. 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.

33 Nacionalidades diferentes



65 %
Mujeres en plantilla

45 %
Mujeres en cargos directivos y jefaturas de área

65 %
Mujeres en cargos de supervisores, técnicos y administrativos

66 %
Mujeres en operaciones

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
Hombres	119	124	162	80	14
Mujeres	173	224	326	147	67



58 %
Plantilla entre 26 y 45 años



Fomento de la integración laboral de personas con diversidad funcional y en riesgo de exclusión social

PortAventura World tiene el compromiso de ir más allá de lo establecido en el marco legal para la integración laboral de personas con diversidad funcional y en riesgo de exclusión social. Con este objetivo pone a su disposición puestos de trabajo en atracciones, admisiones y *parking*, limpieza, restauración, tiendas, administración y cocina, entre otros. Para la selección del personal, mediante un proceso individual basado en entrevistas por capacidades, se colabora con entidades sociales tales como Asociación 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. Complementariamente a la contratación directa, PortAventura World compra bienes y servicios a centros especiales de trabajo del territorio respondiendo al compromiso adquirido.

Las personas con diversidad funcional representan el 2,16 % de la plantilla (corresponde a contratación directa).

Para la integración laboral, PortAventura World tiene establecido un convenio de colaboración con el Ayuntamiento de Vila-seca y Salou y la organización *Formació i Treball* para la reinserción de colectivos en riesgo de exclusión.



Oportunidades de formación y desarrollo profesional

La formación y el desarrollo son elementos básicos tanto para las personas como para el negocio. PortAventura World sigue impulsando iniciativas para mejorar e innovar dentro de estas áreas.

La formación continua como clave para el desarrollo profesional

Fortalecer el capital humano a través de la formación y el desarrollo profesional permite potenciar el talento y el liderazgo de las personas, reforzando sus competencias y habilidades en diferentes ámbitos. La formación impartida se adapta a los diferentes perfiles profesionales ofreciendo los conocimientos necesarios para garantizar el correcto desarrollo de sus actividades diarias.

Anualmente, el Plan de Formación recoge las necesidades de formación detectadas. 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.



14,13 %
Plantilla sujeta a un sistema de remuneración variable en función del cumplimiento de los objetivos individuales y de grupo

Valoración del rendimiento y reconocimiento del mérito

PortAventura World premia el compromiso y la motivación de los empleados a través de iniciativas como 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. Además, se ofrecen a los empleados las tarjetas de calidad (250 tarjetas entregadas en 2015), que reconocen el esfuerzo de los empleados. Estas tarjetas constan de dos invitaciones con dos entradas al parque, una noche en un hotel del Resort o 30 euros en vales de descuento.



3.002
Empleados que han recibido algún tipo de formación durante el año



28.595
Horas totales de formación



9,53
Promedio de horas de formación por empleado



89,51 %
Empleados formados¹

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

Promedio de horas de formación por empleado según género y categoría laboral (h/empleado)		
2015		
Hombres	Directivos y jefes de área	41,89
	Supervisores, técnicos y administrativos	10,35
	Personal de operaciones	7,79
Mujeres	Directivos y jefes de área	36,09
	Supervisores, técnicos y administrativos	13,35
	Personal de operaciones	6,51
		10,03
		9,26



Mejora continua de la seguridad en el entorno laboral

El compromiso de PortAventura World con la seguridad de los empleados queda recogido en la Política de prevención de riesgos laborales y en las Normas generales de seguridad y salud.

Además, cuenta con el Comité de Seguridad y Salud, un órgano paritario y colegiado de participación formado por siete delegados de prevención y siete representantes de la empresa designados por la Dirección de PortAventura World. El Comité promueve iniciativas y programas para mejorar la salud en el entorno laboral.

En PortAventura World se realiza la prevención de riesgos laborales con el objetivo de garantizar un alto nivel de Seguridad y Salud en el entorno de trabajo. Un año más, gracias al esfuerzo de todos los empleados, hemos conseguido reducir el número de accidentes.

En 2015, se han llevado a cabo distintas 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. Con este objetivo, se han llevado a cabo un total de 117 simulacros de emergencia, 103 evaluaciones de riesgos, 138 informes técnicos (ruido, estrés térmico e iluminación), 21 cursos prácticos de prevención contra incendios y 233 cursos en materia de prevención de riesgos laborales. Además, el servicio médico ha realizado 1.357 reconocimientos médicos, 1.116 consultas médicas, 4 vacunaciones y 299 consultas relativas a exenciones.

En relación al personal externo que realiza cualquier tipo de actividad dentro de sus instalaciones, PortAventura World dispone de herramientas y procesos para garantizar la seguridad de las personas.



1 Representa el número de accidentes, por cada millón de horas trabajadas.
 2 Representa el número de accidentes con baja, por cada cien mil personas expuestas.
 3 Representa el número de jornadas perdidas por cada mil horas trabajadas.



Fomento de los hábitos saludables entre los empleados

PortAventura World se ha comprometido firmemente con el objetivo de desarrollo sostenible número 3: "garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades", en este caso hacia sus empleados. En 2016, creará el programa *PortAventura e-Saludable*, que tiene como núcleo central

el programa *Fifty-Fifty*, desarrollado por la fundación SHE e impulsado por el prestigioso cardiólogo Dr. Valentín Fuster, con el objetivo de mejorar la salud integral de los empleados de entre 25 y 50 años, ayudándoles a corregir sus hábitos de salud y autocontrolar los principales factores de riesgo cardiovascular.

Fifty-Fifty, un programa de salud pionero en el mundo empresarial. PortAventura World es la primera organización en implementarlo.



Programa Fifty-Fifty

El programa es novedoso al aplicar *el apoyo entre iguales* para alcanzar los objetivos de cambio de hábitos marcados. Se desarrolla a través de talleres formativos y motivacionales, de forma que todos los participantes en el programa reciben 10 horas de formación, dirigidos a la promoción de hábitos de vida saludables. Para el seguimiento de los 45 empleados seleccionados se ha utilizado el *Fuster-BEWAT-score*, que mide tanto los hábitos de salud como los parámetros biológicos. Esta herramienta ha servido, además, de elemento de motivación.

Los resultados alcanzados han sido muy satisfactorios, no solo en la mejora de los hábitos saludables, como la disminución de la

accidentalidad y las enfermedades profesionales, sino también en otras mejoras colaterales, como el incremento de la motivación del empleado y su satisfacción en el puesto de trabajo, lo cual se traduce en una mejora del clima de trabajo y de la imagen corporativa. Todo ello conlleva un incremento del orgullo de pertenencia a la empresa.

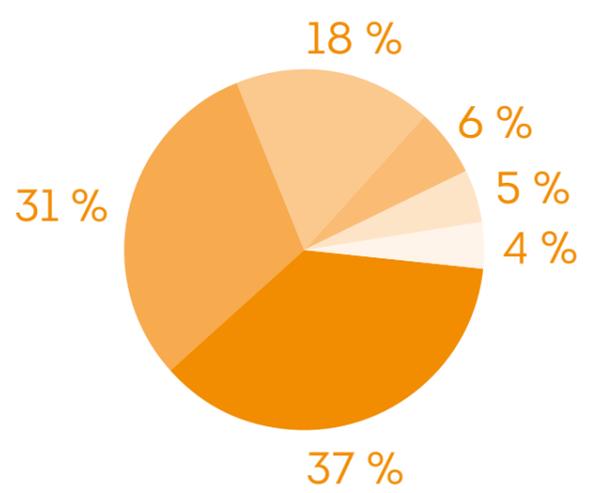
En 2015, se han realizado varios talleres para fomentar los hábitos saludables entre los empleados: prevención del colesterol; dieta para combatir el colesterol, la hipertensión y el ácido úrico; dieta para perder peso; beneficios de realizar ejercicio físico; y publicación en la revista *Acció* de hábitos posturales.

Experiencias memorables para los clientes

Clientes nacionales e internacionales

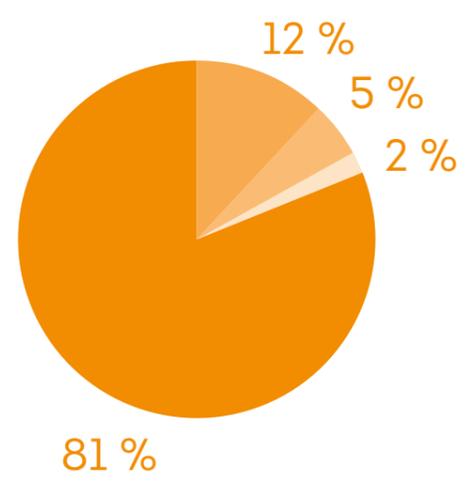
En los veinte años de trayectoria, PortAventura World ha pasado de parque temático a ser un destino turístico integral para todas las familias europeas. Esto ha sido posible gracias a la innovación y la constante evolución de PortAventura World, y, sobre todo, al trato, la actitud y la profesionalidad ofrecida a los clientes.

La amplia oferta de PortAventura World permite en la actualidad satisfacer las necesidades de ocio tanto de los clientes de una jornada, o de pocos días, como de los que buscan un destino para disfrutar de estancias más largas, así como de los clientes empresariales, a través del Centro de Convenciones.



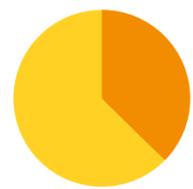
Origen de las visitas de PortAventura World (2015)

Cataluña	Resto de España
Reino Unido / Irlanda	Francia
Rusia / Ucrania	Otros

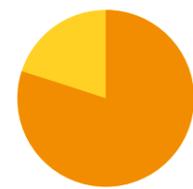


Perfil del cliente de PortAventura World (2015)

Familias	Escolares
Amigos	Resto



33 %
Visitas internacionales de PortAventura World



81 %
Visitantes de PortAventura World que son familias



El Centro de Convenciones completa la oferta de servicios de PortAventura World

Aunque PortAventura World lleva realizando eventos muchos años, es desde la apertura del Centro de Convenciones, a finales de 2009, cuando se consolida esta unidad de negocio dentro de la compañía. El Área de Business & Events ofrece productos y servicios dirigidos a las empresas y a las agencias del sector MICE (*meetings, incentives, conferences and exhibitions*), con expectativas y necesidades muy distintas del cliente vacacional.

Se realizan eventos en los que el ocio y el negocio se fusionan para la consecución de los objetivos de los clientes. Con todos los espacios disponibles (centro de convenciones, parque, hoteles, etc.), servicios y productos, PortAventura Business&Events puede ofrecer un traje a medida, lo que denominamos un 360°.

En 2015, el Convention Centre se convirtió en escenario del mayor evento de formación de la historia del grupo automovilístico SEAT, con motivo del lanzamiento del nuevo SEAT Ibiza, con más de 4.500 participantes

Otros eventos destacados en 2015 son los llevados a cabo por empresas como Gaes, Dow Chemical, IBM, HP, T-Systems, Master Blenders, Mondelez, Kids & us, Basf, p, Novartis, Boehringer, Desigual, Sanitas, Deloitte, Bausch & Lomb, UNO Inter-agency Games.

Las empresas están cada vez más concienciadas en colaborar con la acción social que desarrolla la compañía, en 2015 una gran multinacional, recaudó una importante donación de los participantes a su evento cuyo destino fue la Fundación PortAventura y el proyecto de integración laboral que lleva a cabo la Asociación Down Tarragona.

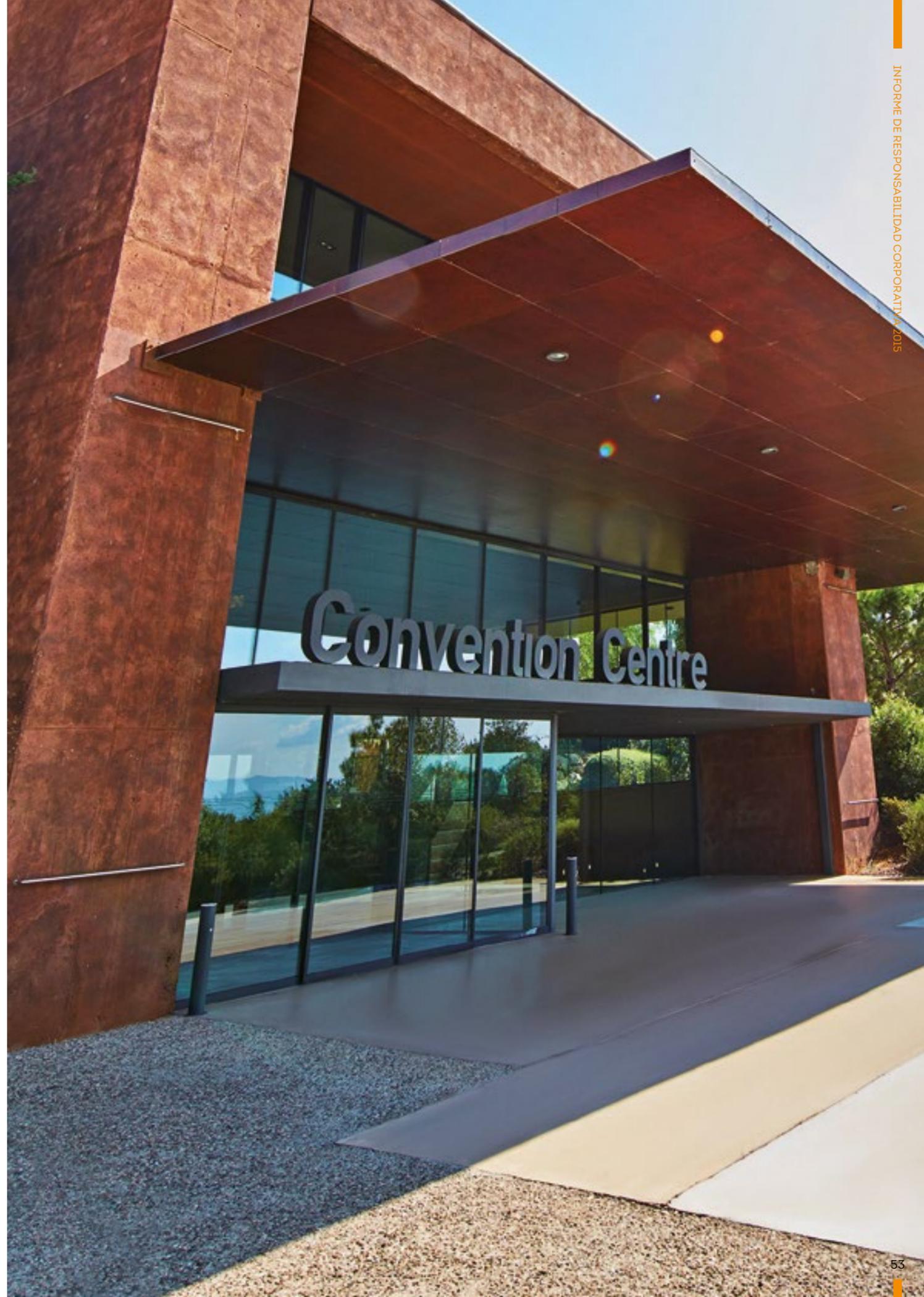
B&E ofrece a sus clientes corporativos la posibilidad de realizar numerosas actividades de *teambuilding*, entre ellas destacan: el Healthy Day, dirigida a fomentar estilos de vida saludable, consiste en una actividad outdoor, lúdica y deportiva, es una jornada de actividades para los apasionados del deporte y la vida sana; así como otras actividades que consisten en mejorar zonas verdes degradadas, o mejorar instalaciones para colectivos desfavorecidos.



81.352
 Participantes
 en el Centro de
 Convenciones
 (+26 % respecto a 2014)



184
 Eventos
 celebrados
 en PortAventura World
 (+20 % respecto a 2014)



Comunicación multicanal para estar cerca del cliente

Con el fin de estar cerca del cliente, PortAventura World tiene establecidos diferentes canales de comunicación y diálogo: campañas de publicidad responsable, atención directa de todo el personal, etc. Sobre todo, en los últimos tiempos se ha reforzado la presencia de PortAventura World en las redes sociales. Actualmente está presente en 150 portales, lo que permite

recabar mucha información sobre la percepción de PortAventura World. Por ejemplo, en temporada alta pueden recibirse cada mes más de 1.500 comentarios en portales, 350 consultas y 150 quejas en redes sociales. El balance es muy bueno, un 85 % de los comentarios en portales son positivos.



Facebook

324.483
fans



Twitter

57.032
seguidores



Instagram

29.422
seguidores



YouTube

9.593
suscriptores



Vkontakte

2.929
fans

TOTAL

423.459
fans
(+19,1 % respecto 2014)

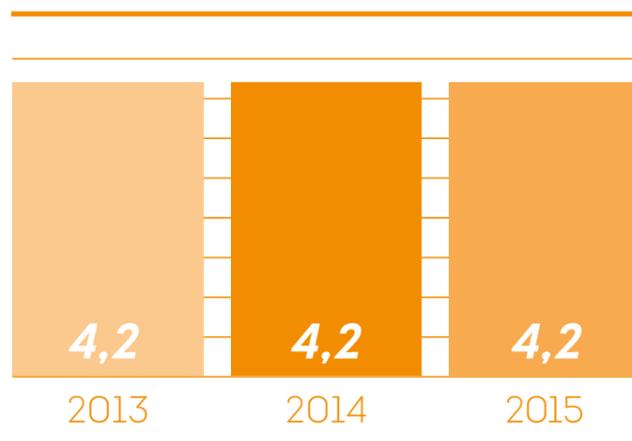


Vocación de servicio para la satisfacción del cliente

Desde sus inicios, PortAventura World trabaja con un objetivo común: crear y ofrecer a los clientes experiencias únicas y variadas, que es como define su visión la compañía. Con una clara vocación hacia el cliente, se busca alcanzar su total satisfacción cuando visite el Resort, además de cumplir con sus expectativas.

La certificación *Destino de turismo familiar*, otorgada por Turisme de Catalunya, supone el reconocimiento a este compromiso de calidad y a la atención especializada para familias.

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



Satisfacción del cliente
Valoración global del día en el parque
(puntuación sobre 5)



El aspecto mejor valorado por los clientes son las atracciones con un 4,4 sobre 5



96 %

Clientes que probablemente o seguramente recomendarían PortAventura Park



89 %

Clientes que probablemente o seguramente volverían a visitar PortAventura Park



73 %

Clientes que probablemente o seguramente volverían a los hoteles del Resort



37 %

Clientes de los hoteles del Resort cuya experiencia fue mejor de lo esperado, esto supone un incremento de 2 puntos porcentuales en comparación al 2014



74 %

Clientes que probablemente o seguramente volverían a organizar un evento en el PortAventura Convention Centre

Máxima prioridad en la seguridad de las instalaciones y los productos

Medidas de mejora continua

PortAventura World implanta medidas estrictas en el ámbito de la seguridad de las instalaciones, los servicios de restauración y el movimiento de personas, aplicando protocolos de actuación para casos de incidencias y emergencias, y sistemas de seguimiento y control en los parques, los hoteles, el Centro de Convenciones, las actividades desplazadas del Resort y los servicios de restauración.

- Todas las atracciones se certifican por TÜV SÜD antes de su apertura al público. En el año 2015, se hizo una recertificación según EN13814 de las siguientes atracciones: Furius Baco, Tutuki Splash, Hurakan Condor, El Diablo-Tren de la Mina, Stampida, Silver River Flume, Tomahawk, Grand Canyon Rapids.
- Todas las atracciones son anualmente inspeccionadas y certificadas por SGS, entidad independiente autorizada por el Gobierno. Existe un manual de los procedimientos de mantenimiento de cada atracción, certificado por la misma entidad.
- Diariamente, antes de la apertura de cada atracción, se llevan a cabo los correspondientes *check list* de mantenimiento según protocolos de los fabricantes y manuales.
- En temporada de parque cerrado, el personal de mantenimiento realiza las inspecciones más exhaustivas: desmontaje de elementos, revisión detallada de partes críticas, ensayos NDT por organismos de inspección independientes según normas EN13814 con las correspondientes pruebas funcionales y certificación anual. En 2015, las inspecciones de las atracciones han sido realizadas por SGS, excepto en el caso de las atracciones *major* que han sido llevadas a cabo por TÜV SÜD (son las mencionadas en el primer punto).
- En temporada de parque cerrado, también se realizan en todas las atracciones las inspecciones según reglamentación industrial:
 - RAP (Reglamento Aparatos a Presión) (Bureau Veritas ECA)
 - REBT (Reglamento Elec. Baja Tensión) (Bureau Veritas ECA)
 - UNE-60-620 (Reglamento Instalaciones Gas) (Bureau Veritas ECA)
 - Anual según RAPO (Reglamentación Almacenamiento Productos Químicos) (Bureau Veritas ECA) Angkor y parque acuático
 - Protección anticaídas (líneas de vida) según norma UNE-EN 795 (empresas externas homologadas)

- En temporada de parque cerrado, se realizan grandes intervenciones, reparaciones o reformas siempre según la norma EN13814. En 2015, se realizaron las siguientes:
 - Remodelación Track Stampida FASE I (Great Coasters International Inc.)
 - Nuevos trenes y sistema de monitorización lapbars Tomahawk (Great Coasters International Inc.)
 - Sistema de retención de cables de Hurakan Condor
- En el parque acuático se realiza también la correspondiente inspección oficial de parques acuáticos (TÜV Rheiland Iberica ICIT).
- Se cuenta con la figura del consejero de seguridad externo.
- Se realizan 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 el responsable de la gestión de riesgos de seguridad.

Para garantizar la seguridad de los visitantes del parque, otro aspecto indispensable es la información clara y concisa para garantizar un buen uso de las atracciones, como restricciones de uso que se encuentran en la entrada de cada atracción. Todos los visitantes están sujetos a las normas de funcionamiento de PortAventura Park y PortAventura Caribe Aquatic Park.



Sistema de trazabilidad interno para garantizar la seguridad alimentaria

PortAventura World 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 para 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 World) 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.

- Analíticas microbiológicas de platos elaborados en los diferentes puntos de servicio.
- Auditorías a proveedores 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 que la auditoría no obtenga unos mínimos resultados, se procede a la deshomologación del proveedor. Estas auditorías las puede realizar personal interno de PortAventura World o un auditor externo contratado.

Auditorías higiénico-sanitarias

64
Auditorías externas a centros de restauración

214
Auditorías internas

Auditorías a proveedores

2
Auditorías externas

Atención a necesidades alimentarias específicas y promoción de hábitos de alimentación saludable

- Carta especial para personas con celiaquía.
- Brain Food, menú saludable para los participantes en eventos.
- Opciones vegetarianas.
- Oferta de fruta cortada y zumos en muchos puntos de restauración.

Además, se dispone de una guía para personas con alergias e intolerancias en la que se explica cómo trabaja PortAventura World en este sentido y el lugar donde deben dirigirse. En los hoteles se cuenta con un formulario que se manda al cliente en el momento de hacer la reserva con el objetivo de que informe de sus alergias con antelación. También se dispone de un formulario similar para las reservas en los restaurantes, además de otro formulario específico para acceder con alimentos al parque, ya que hay personas con alergias muy complicadas que realmente necesitan poder llevar su comida.

Garantizada la seguridad del "merchandising"

PortAventura World apuesta por la seguridad del público infantil, más allá de la legislación vigente en juguetes, marcado CE y etiquetaje, aplicándola a todos los artículos dirigidos a niños, sean juguetes o no (para los artículos que no son juguetes, no es de obligatoriedad), lo cual significa que estos productos son sometidos a los siguientes ensayos:

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

PortAventura World está asesorada por AIJU (Instituto Tecnológico de Producto Infantil y Ocio, especializado en juguetes, ubicado en España e implantado también en China).



La Fundación PortAventura, una contribución al bienestar de la sociedad

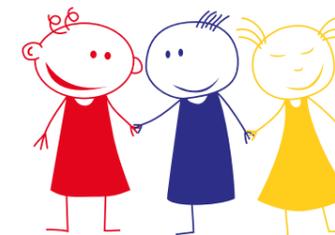
Desde 2011, la Fundación PortAventura canaliza el compromiso global de PortAventura World con la acción social destinando los fondos recaudados a niños y jóvenes con:

- Enfermedades
- Capacidades especiales
- Exclusión social

Además, la Fundación organiza anualmente tres actividades propias de *fundraising*:

- Cena solidaria
- Carrera solidaria
- Torneo de golf

PortAventura World es la principal fuente de ingresos de la Fundación PortAventura, que se complementa con otros ingresos que provienen de las actividades de *fundraising* y de los *sponsors*.



918 miles €
Contribución de PortAventura
World a la Fundación

1,3 millones €
Destinados a proyectos
de la Fundación¹

Inversión en acción social				
		2013	2014	2015
Aportación total (miles de euros)		750	717	1.160
Aportaciones no monetarias	Importe (miles de euros)	623	547	503
	Entidades beneficiadas	250	175	188
Aportaciones monetarias	Importe (miles de euros)	127	170	657 ⁽²⁾
	Entidades beneficiadas	11	8	11

Distribución de las ayudas (monetarias y no monetarias) según colectivo beneficiado (miles de euros)		2015
Enfermedades		904
Capacidades especiales		106
Exclusión social		150

⁽¹⁾ Incluye las ayudas monetarias y no monetarias más los gastos aplicados a eventos solidarios.

⁽²⁾ Incremento de las aportaciones monetarias con motivo del medio millón de euros donados al proyecto HSJD (proyecto de un total de 3 millones de euros).

Atención a niños y jóvenes con enfermedades

Jornada del Corazón. Fundación PortAventura, Fundación SHE y AACIC - CorAvant (3.ª 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) (13.ª edición)



Un año más, el dinero recaudado en esta gran fiesta de la infancia 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 esas familias. En la cita, AFANOC organizó actividades de difusión y sensibilización sobre la realidad que viven las familias de los niños afectados.

Un Día sin Gluten. Associació de Celíacs de Catalunya (8.ª edición)



Jornada festiva celebrada en PortAventura Park dirigida a los miembros de la asociación y a sus familiares y amigos. Durante el día, los asistentes pudieron disfrutar de menús y alimentos sin gluten, y organizaron acciones para contribuir a informar y a sensibilizar a la sociedad sobre la celiaquía.

Petits Valentés. Fundación PortAventura (1.ª edición)



Por primera vez, se celebró este evento lúdico con el objetivo de homenajear a todos los *pequeños valientes* hospitalizados en Sant Joan de Déu que afrontan con coraje y valentía la situación que les ha tocado vivir. Durante la jornada, se recaudaron fondos mediante la venta de 2.000 entradas solidarias destinadas a la Obra Social de este hospital pediátrico de referencia.

Teaming 2015



Mediante esta iniciativa, PortAventura World ofrece a sus empleados la posibilidad de aportar 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 2015, las entidades beneficiarias fueron la Associació de Nens amb Càncer (AFANOC) y la Alianza Española de Familias VHL (von Hippel-Lindau).

Visita navideña a niños hospitalizados en centros de la zona



Woody, acompañado de Papá Noel y un hada mágica, hicieron su tradicional visita navideña al Hospital Joan XXIII de Tarragona y al Hospital Sant Joan de Reus para felicitar a los pequeños de la planta pediátrica.

Nuevos capítulos de la colaboración entre la Fundación PortAventura y el Hospital Sant Joan de Déu



En 2015, se ha colocado la primera piedra de la futura UCI pediátrica que se inaugurará en 2017 y se han puesto en funcionamiento otras facetas del convenio de colaboración orientadas a mejorar y amenizar la experiencia hospitalaria de los niños.

- **Construcción de zonas de juegos** para sumar positividad al proceso de recuperación de los niños. En 2015, los personajes de Barrio Sésamo, protagonistas de la sexta área temática, también tienen presencia en el hospital, con sus figuras instaladas en el interior, para que todos los niños puedan hacerse fotos con ellos. En 2016, dos nuevos espacios circundarán dos de los edificios del hospital, creando así un área de juegos dividida en cinco ámbitos: Mediterrània, Polynesia, China, México y Far West, las áreas temáticas de PortAventura Park. Este proyecto se encuentra en fase de diseño.
- **Visita regular de personajes de PortAventura Park** a los niños ingresados. Woody, el pájaro loco, y personajes de Barrio Sésamo como Elmo, Coco o el Monstruo de las Galletas han visitado a los niños en sus habitaciones.
- **Pack de Alta**, que consiste en una caja que contiene unas pulseras de recuerdo, un pequeño juego y dos entradas para PortAventura Park entregadas a criterio médico a los niños que reciben el alta hospitalaria.

La construcción de la nueva Unidad de Cuidados Intensivos se fundamenta en tres objetivos principales: mejorar la estancia de los niños hospitalizados y de sus familias, ampliar la dotación tecnológica de la unidad al máximo nivel y facilitar el espacio de trabajo de los profesionales que desarrollan su labor en el hospital. La nueva UCI pediátrica pasará de los 381 m² disponibles ahora a 1.440 m². Gracias a ello, tanto pacientes como familias y trabajadores contarán con un ambiente hospitalario con unas condiciones que situarán a la unidad en la vanguardia mundial de la atención infantil como un referente en Europa.

Con 3 millones de euros, se trata de la mayor donación privada que ha recibido el hospital hasta el momento para la dotación de nuevos equipamientos.



Atención a niños y jóvenes con capacidades especiales

Fent Amics. Fundació PortAventura y Down Catalunya (7.ª edición)

Cerca de 5.300 personas participaron en la 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.



Agafa't al 21

Después de la positiva experiencia de colaboración iniciada en 2012, la Asociación Down Tarragona y la Fundación PortAventura acordaron continuar durante 2015 el proyecto *Agafa't al 21*. El nuevo convenio servirá para que la Fundación PortAventura contribuya en la financiación de este proyecto durante el curso escolar 2015 - 2016. *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. Este proyecto está basado en la metodología de la *ocupación con soporte*.

En concreto, gracias al apoyo a este proyecto, se han colocado 43 personas en distintas empresas del ámbito del Camp de Tarragona. El proyecto prevé la inserción en un puesto de trabajo, primero acompañados de un preparador laboral.

Atención a niños y jóvenes en riesgo de exclusión social

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.

Kit Alimentos, municipio de Vila-seca



La Fundación PortAventura y la entidad Voluntaris per Vila-Seca prolongaron hasta abril de 2016 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 de Vila-seca en riesgo de exclusión social.

12.841
Beneficiados
desde 2011

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



Más de 4.500 niños y niñas participaron en esta gran fiesta, en las actividades organizadas por las entidades agrupadas en FEDAIA y también en las atracciones y los espectáculos de PortAventura Park. La jornada sirvió para sensibilizar a la sociedad sobre la situación de riesgo de exclusión de muchos niños y jóvenes, y finalizó con un concierto de Xiula y Teràpia de Shock.

Proyecto solidario Casa d'infants de la Fundació Casa Sant Josep



El objetivo de este proyecto es poner en marcha un servicio para trabajar las capacidades de los niños y adolescentes, y evitar la institucionalización. El proyecto va dirigido a la población de 4 a 18 años en situación de riesgo o de desamparo y a sus familias, y de forma preferente con un pronóstico de recuperación medio - alto.



Actividades propias de fundraising



2.000
Corredores

Carrera solidaria.
Fundación PortAventura
(4.ª edición)

Celebrada dentro del recinto de PortAventura Park, reúne a corredores adultos, jóvenes y niños. La recaudación se destinó a la Asociación Down Tarragona, en concreto al proyecto *Agafa't al 21*, centrado en la docencia para la inserción laboral de jóvenes con síndrome de Down. La prueba contó con la colaboración de patrocinadores y voluntarios, entre ellos empleados de PortAventura World.



82.000 €
Donación

Cena solidaria.
Fundación PortAventura
(5.ª edición)

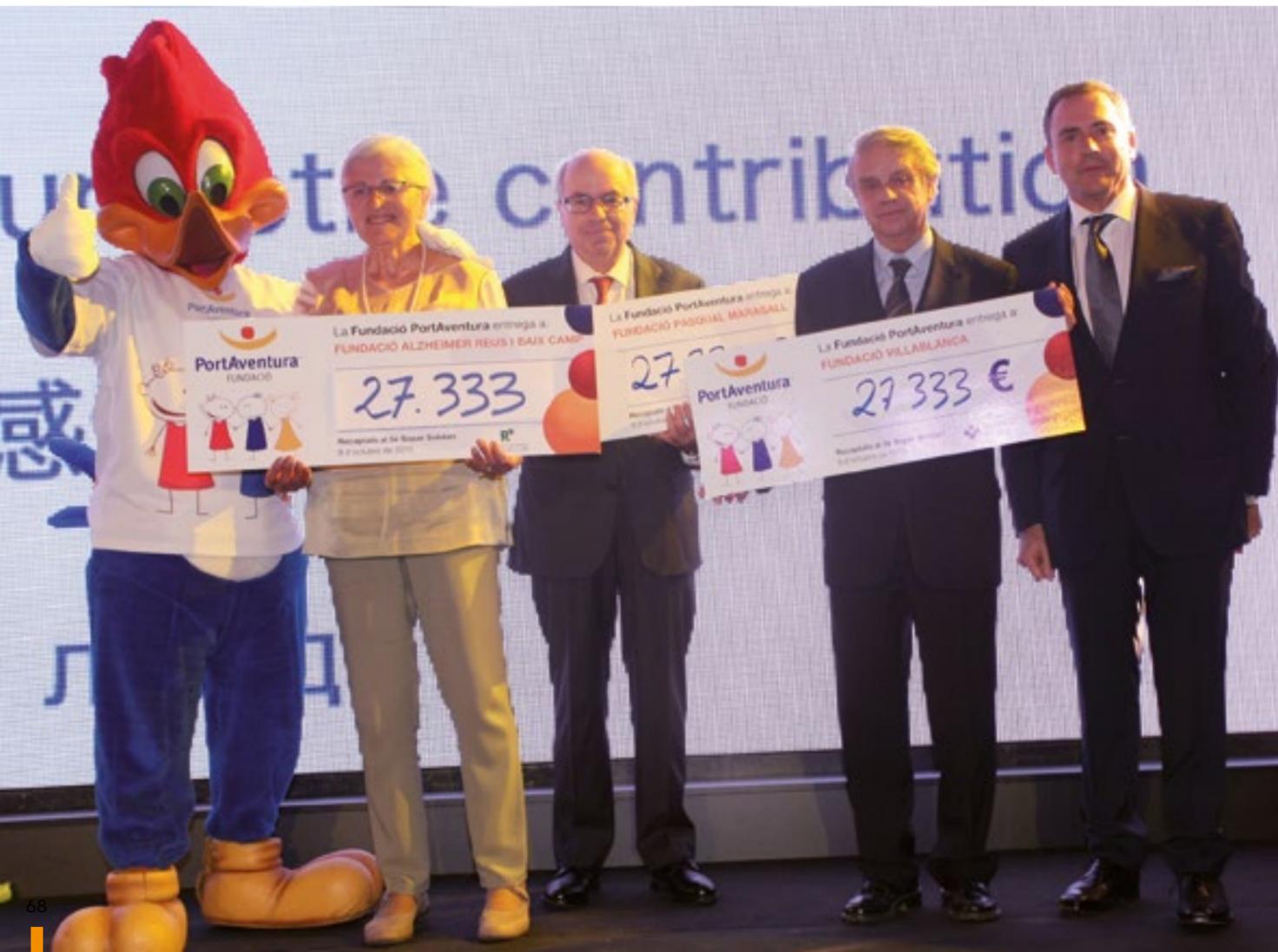
Con el PortAventura Convention Centre como escenario, la cena benéfica consiguió donar una importante suma para destinarla a las siguientes entidades: Fundació Pasqual Maragall, Associació d'Alzheimer Reus i Baix Camp y Fundació Villablanca - Grup Pere Mata. La recaudación servirá para investigar a los jóvenes de hoy para prevenir la enfermedad del mañana, con proyectos centrados en la lucha contra la enfermedad de Alzheimer.



20.000 €
Donación

Torneo de golf.
Fundación PortAventura
(1.ª edición)

Celebrado en el Lumine Golf Club, reunió a más de 75 participantes, superando todas las expectativas. El evento consiguió donar 20.000 euros, destinados al proyecto solidario *Casa d'infants*, de la Fundació Casa Sant Josep.





COMPROMISOS AMBIENTALES



El respeto por el medio ambiente como principio básico de gestión

Para una información más detallada del desempeño ambiental de PortAventura World, puede consultar la *Declaración ambiental de 2015* en la web www.portaventuraworld.com.

La gestión medioambiental plenamente sistematizada

PortAventura World integra la protección medioambiental en su estrategia y comportamientos a través de la Política medioambiental y las Prácticas generales medioambientales, con las siguientes certificaciones y reconocimientos:

- Desde 2001, registro EMAS (Eco Management and Audit Scheme), y desde 2008, miembro del Club EMAS de Cataluña (G4-15).
- 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.

Los órganos de gestión medioambiental de PortAventura World son transversales:

- 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 (RSG-MA), que es un directivo que hace de nexo con el Comité de Dirección.
- Comité Medioambiental o Equipo Verde, integrado por un miembro de cada departamento de PortAventura World; es responsable de liderar las iniciativas medioambientales, hacer cumplir los sistemas de gestión y las normativas implantadas, supervisar los resultados alcanzados y establecer nuevos objetivos. Este comité se reúne cada dos meses.

Implicación de los visitantes y los empleados para la mejora ambiental

Las buenas prácticas de los visitantes y los empleados son clave para mejorar el comportamiento medioambiental de PortAventura World. Con este objetivo se impulsan acciones de información y sensibilización dirigidas a estos colectivos.

Dirigidas a visitantes

- Inclusión de mensajes medioambientales en los manteles de los autoservicios en el área de restauración.
- Educación medioambiental mediante las grandes estrellas del espectáculo *Aves del Paraíso*.
- Potenciación de la comunicación medioambiental externa mediante el diseño y la implantación de un plan de comunicación externa en redes sociales, notas de prensa, jornadas, etc.
- Instalación de dos puntos de recarga para vehículos eléctricos en uno de los aparcamientos de PortAventura World.
- Promoción de obsequios de carácter sostenible para los asistentes a los eventos realizados por PortAventura World.
- Adquisición de contenedores especiales para facilitar la segregación de residuos en el interior del Hotel El Paso.
- Nuevos rótulos de identificación de residuos en las papeleras del parque para la mejora de la segregación de los residuos por parte de los clientes.

Dirigidas a los trabajadores Plan de Comunicación de Sensibilización Medioambiental Interna de 2015

- Comunicación de la puesta en marcha de la Plataforma de Homologación de Proveedores.
- Divulgación de la biodiversidad del Resort: *Aves del Paraíso*.
- Nueva cartelería interna sobre la incompatibilidad del almacenaje de sustancias peligrosas.
- Comunicación interna de la *Declaración Medioambiental* y del *Informe anual de responsabilidad corporativa 2014*.
- Difusión de la gestión del residuo de aceite procedente de las cocinas de PortAventura World mediante la revista interna *Acció*.
- Comunicación de los nuevos puntos de cargadores eléctricos para la recarga de vehículos eléctricos en el aparcamiento de PortAventura Park.



Desde 2001



Desde 2003



Desde 2007



Desde 2009

Las auditorías medioambientales son la herramienta indispensable para el monitoreo.

11

Auditorías internas del sistema de gestión medioambiental

3

Auditorías externas para verificar el cumplimiento legal y para la certificación según la ISO 14001:2004 y EMAS III



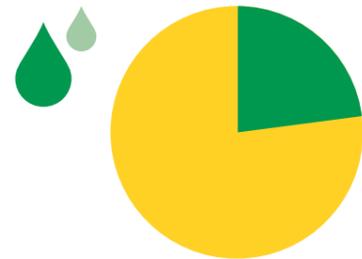
Mejora continua para una mayor eficiencia y optimización de los recursos

El agua, un recurso fundamental

El agua es un recurso imprescindible en el funcionamiento y la tematización del Resort y, por tanto, uno de los principales retos es reducir su consumo a través de medidas como el control de fugas potenciales, las pruebas de estanquidad o el riego automático en los parques y los equipos de fontanería con sistemas de ahorro.

PRINCIPALES ACCIONES DE MEJORA 2015

- Instalación de nuevos contadores para aumentar el control del consumo de agua potable.
- Instalación en la base de la fuente de los cerditos, en el área de SésamoAventura, de una rejilla para el máximo aprovechamiento del agua recreativa.
- Conexión de los efectos de agua de los tres elefantes de la atracción Angkor al canal de la propia atracción para ahorrar agua potable.



23 %

Disminución del consumo de agua recreativa y para el baño por cada 1.000 visitantes en PortAventura Park y PortAventura Caribe Aquatic Park respecto a 2014

El Resort cuenta con 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.

Consumo anual de agua según origen y utilidad (m ³)				
		2013	2014	2015
Agua procedente del suministro municipal	Agua para el consumo humano (utilizada en restaurantes, aseos, higiene personal, limpieza, etc.)	418.864	440.618	492.730
	Agua recreativa y para el baño	301.788	318.663	291.055
	Agua para el riego ¹	4.552	521	2.610
Aguas residuales procedentes de EDAR	Aguas regeneradas procedentes de EDAR para riego ²	254.400	192.880	187.363
Total		979.604	952.682	973.758

Los datos proceden de mediciones directas de contadores.

1. Cuando 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, se deben utilizar fuentes de consumo alternativas para garantizar la supervivencia de las especies vegetales. En este caso, el consumo está totalmente condicionado por la calidad de las aguas enviadas por el EDAR de Vila-seca (Salou).

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

	2013	2014	2015
Consumo total de agua en PortAventura World (m ³ por cada 1.000 visitantes-pernoctaciones y año)	0,21	0,20	0,20

Consumo anual de agua recreativa y para el baño (m ³ por cada 1.000 visitantes-pernoctaciones y año)			
	2013	2014	2015
PortAventura Park / PortAventura Caribe Aquatic Park	52,01	52,61	40,40
Hoteles	120,00	134,33	137,03



La eficiencia energética, una prioridad

La energía eléctrica (80 %) y el gas natural (17 %) son los principales consumos energéticos del Resort.

PortAventura World dispone de un sistema de gestión de la energía que se controla desde un ordenador central. Este sistema centraliza autómatas programables (PLC), responsables del control de los principales consumidores energéticos distribuidos por las instalaciones del parque, hoteles y Centro de Convenciones.

Algunas de las medidas para la eficiencia energética son el sistema de iluminación de bajo consumo, el uso de un sistema centralizado de gestión de la energía en parque, hoteles y Centro de Convenciones, el control de consumidores eléctricos mediante sistema informático en todo el Resort, etc. 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).

PRINCIPALES ACCIONES DE MEJORA 2015

- Análisis de los consumos procedentes de los centros de consumo de restauración.
- Instalación en el Hotel PortAventura de una nueva sala de máquinas para la producción de agua caliente sanitaria con el fin de conseguir una mayor eficiencia en el consumo de gas.
- Mejora en eficiencia energética del sistema de climatización de la tienda ChikiTienda.

22 %
Disminución del consumo eléctrico por cada 1.000 participantes del Centro de Convenciones respecto a 2014

Consumo anual de energía (MWh)				
	2013	2014	2015	
Electricidad	PortAventura Park / PortAventura Caribe Aquatic Park	23.289	22.102	22.341
	Hoteles	11.622	11.181	12.634
	Centro de Convenciones	1.706	1.740	1.707
	Total	36.617	35.023	36.682
Gas Natural	PortAventura Park / PortAventura Caribe Aquatic Park	2.547	1.861	1.950
	Hoteles	4.188	5.275	5.844
	Centro de Convenciones	22	17	23
	Total	6.757	7.153	7.817
Otros	Carburantes	1.156	1.129	1.290
	Gas propano	212	148	64
	Total	1.368	1.277	1.354
Total	44.742	43.453	45.853	

Consumo anual de energía (MWh por cada 1.000 visitantes-pernoctaciones y año)				
	2013	2014	2015	
Energía eléctrica	PortAventura Park / PortAventura Caribe Aquatic Park	6,3	5,9	5,7
	Hoteles	12,7	12,2	13,1
	Centro de Convenciones	38,4	27,0	21,0
	Total	7,4	7,5	7,4
Gas natural	PortAventura Park / PortAventura Caribe Aquatic Park	0,7	0,5	0,5
	Hoteles	4,6	5,8	6,2
	Centro de Convenciones	0,5	0,3	0,3
	Total	1,5	1,5	1,6
Total	9,3	9,0	9,0	



Minimización de residuos y calidad de las aguas residuales

Residuos: incremento de la segregación en origen

Año tras año, PortAventura World incrementa las fracciones de residuos segregadas en origen, alcanzando las 40 en 2015.

PRINCIPALES ACCIONES DE MEJORA 2015

- Adquisición de contenedores para potenciar la segregación de residuos en el exterior de los hoteles.
- Adquisición de contenedores dobles de segregación de residuos en el área de Polynesia.
- Adquisición de contenedores especiales para facilitar la segregación de residuos en el interior del Hotel El Paso.

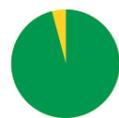
Cantidad de residuos generados (t)			
	2013	2014	2015
Residuos no peligrosos	3.131,58	3.446,84	3.556,84
Residuos peligrosos	17,85	24,77	48,93
Total	3.149,43	3.471,61	3.605,77



723,46 Tn
De residuos por cada millón de visitantes



-2 %
Residuos generados por cada millón de visitantes respecto a 2014

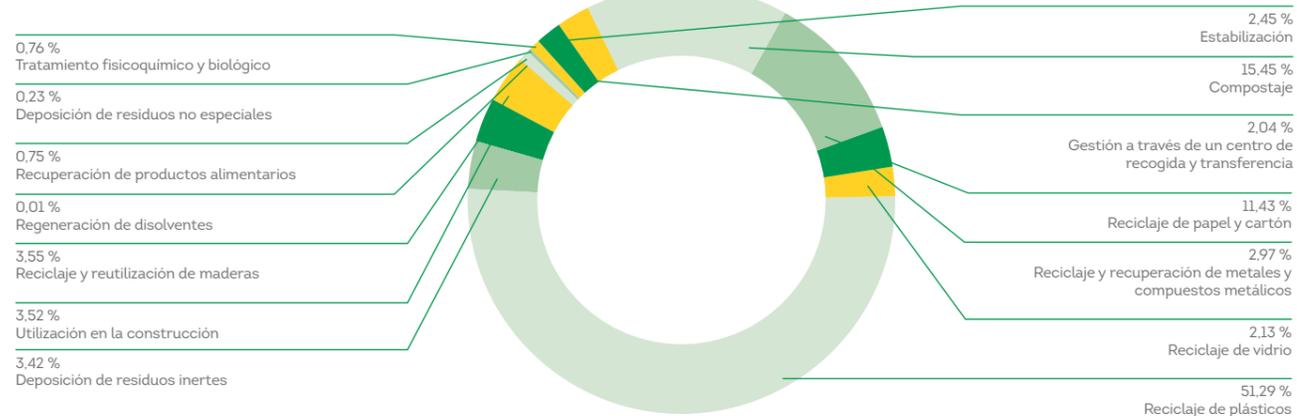


93 %
Residuos valorizados

Aunque porcentualmente el valor de los residuos peligrosos frente a los no peligrosos no ha variado, en 2015 sí ha habido un aumento de la generación total de residuos peligrosos en relación a 2014. Este aumento se debe a trabajos de mantenimiento

e inversiones que se han llevado a cabo durante 2015, lo que ha incrementado la generación de residuos peligrosos como, por ejemplo, aguas con restos de hidrocarburos.

Métodos de gestión de los residuos



Control de la calidad de las aguas residuales

Por el tipo de actividad de PortAventura World, casi el 100 % del agua utilizada para el consumo humano se transforma en agua residual. En el caso del agua consumida para uso recreativo y para el baño, solo 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 (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.

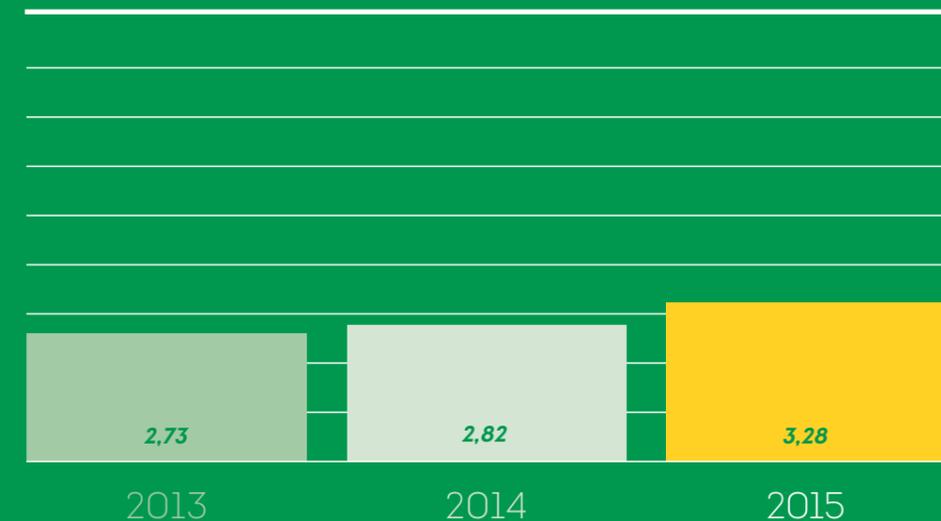
Soluciones para mitigar la huella de carbono

Aunque las emisiones a la atmósfera no son relevantes y su significancia ambiental es muy baja en PortAventura World, cada tres años se realizan mediciones de emisión de contaminantes en las locomotoras de los trenes de vapor a 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.

Desde el año 2008, PortAventura World calcula la huella medioambiental de su actividad y estima las emisiones de gases de efecto invernadero expresadas en toneladas de CO₂. Por segundo año consecutivo, además, se han calculado las emisiones de gases de efecto invernadero equivalentes de CO₂ procedentes de emisiones fugitivas de los gases fluorados y de la gestión de residuos (fracción municipal). En 2015, se incorporan las emisiones derivadas del consumo de agua.



Emisiones anuales de gases de efecto invernadero (t CO₂ por cada 1.000 visitantes-pernoctaciones y año)



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, las emisiones derivadas de la gestión de residuos (fracción municipal) y las emisiones derivadas del consumo de agua. Versión de marzo de 2016 de la *Guía pràctica per al càlcul d'emissions de gasos amb efecte d'hivernacle (GEH)*.

Protección de las especies y sensibilización sobre su conservación

En noviembre de 2014, PortAventura World 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 World en el conocimiento de la biodiversidad de las aves del espectáculo.

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

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





PortAventura Business&Events

PortAventura Business&Events, como miembro de GMIC (Green Meeting Industry Council), integra la gestión responsable y sostenible en los eventos. Las instalaciones del Centro de Convenciones, de los hoteles y del parque temático están preparadas para reducir las emisiones de CO₂, prevenir, minimizar y reciclar los residuos. Otras medidas son la utilización

de materiales reciclados y reutilizables, la iluminación de bajo consumo y el uso de la documentación digital. Además, la integración en el entorno con plantación de especies autóctonas y la preparación de menús (Brain Food) con productos ecológicos y locales permiten garantizar la celebración de eventos sostenibles en PortAventura World.

Principales impactos medioambientales



Consumo de AGUA

Consumo de ENERGÍA

Consumo de MATERIALES



Generación de RESIDUOS

Generación de AGUAS RESIDUALES



EMISIONES a la atmósfera



Afectación a la BIODIVERSIDAD



COMPROMISOS ECONÓMICOS



Una estrategia de expansión para generar valor

Crecimiento económico sostenible y sostenido

PortAventura World apuesta por un modelo de negocio responsable que le permita dar una respuesta competitiva y diferencial a los nuevos retos del mercado. Mantener la rentabilidad necesaria para garantizar la perdurabilidad del negocio y mostrarse como una inversión atractiva son elementos clave de su vocación sostenible. 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 2015 ha estado marcado por la mejora del entorno económico y financiero a escala nacional y un comportamiento variable en los mercados internacionales, destacando el nuevo récord en visitas del mercado francés y el retroceso del mercado ruso. No obstante, el Grupo PortAventura ha seguido con una evolución muy favorable en sus principales indicadores económico-financieros y de negocio respecto al ejercicio 2014.

En 2015 se han superado los 190 millones de euros de facturación



Cerca de **11.000** habitaciones más ocupadas respecto a 2014



+3 % Número de visitantes respecto a 2014

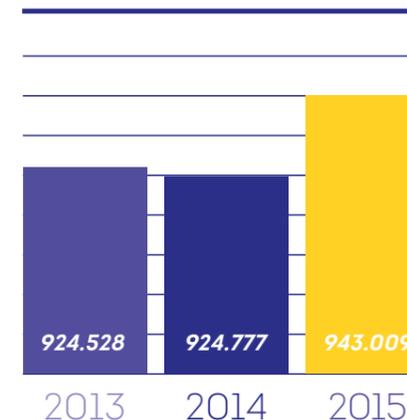


+8 % Ventas del negocio de eventos respecto a 2014

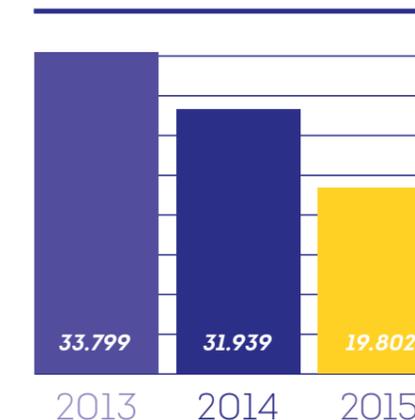
Principales magnitudes (miles de euros)

Magnitudes de balance

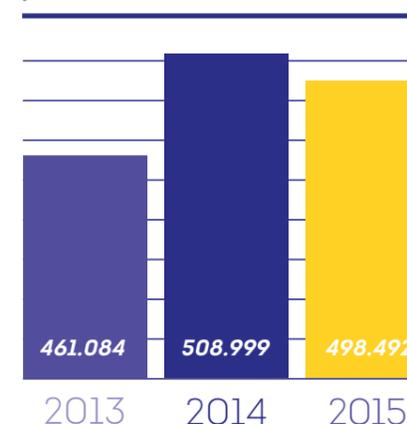
Activo no corriente



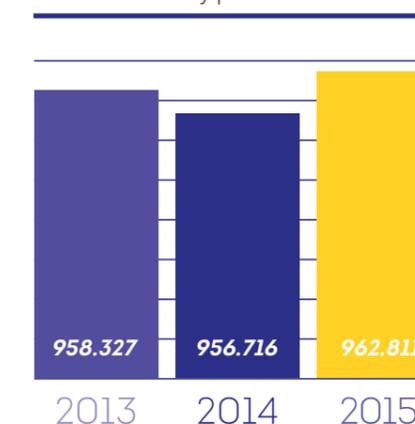
Activos corrientes



Pasivo corriente y no corriente

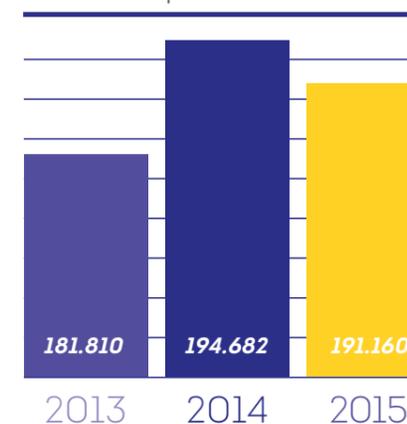


Patrimonio neto y pasivo

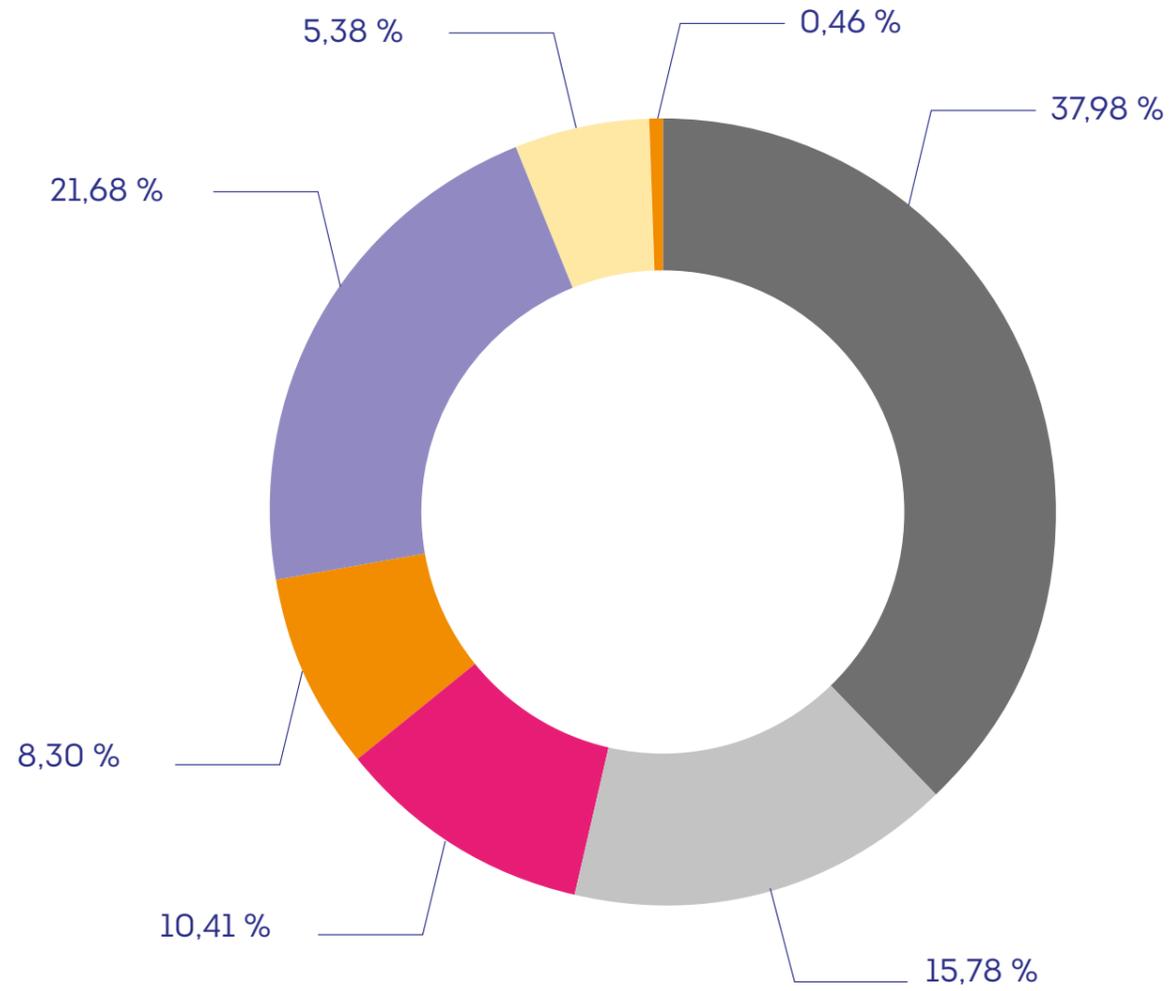


Magnitudes cuenta de resultados

Facturación equivalente



Estado del valor añadido 2015



- Costes de explotación
- Gastos financieros
- Amortizaciones
- Reservas
- Gastos salariales
- Impuestos sobre beneficios
- Inversión en acción social

Fuente: Cuentas anuales consolidadas 2015 Paesa Entertainment Holding, S.L.U. y sociedades dependientes.



Innovación constante como estrategia de futuro

La estrategia de expansión ininterrumpida de PortAventura World se sustenta en el desarrollo de nuevos proyectos y atracciones año tras año. La vinculación del Resort con conocidas marcas

internacionales busca incrementar el número de visitantes hasta alcanzar los 5 millones anuales en un plazo de dos o tres años.

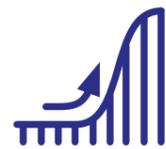
Colocación de la primera piedra de Ferrari Land

El piloto alemán de Ferrari Sebastian Vettel, cuatro veces campeón del mundo de Fórmula 1, participó en la colocación de la primera piedra de Ferrari Land, junto con el presidente de la Generalitat de Catalunya, Artur Mas, así como con el director de la escudería Maurizio Arrivabene y con los máximos representantes de la firma Ferrari. La asistencia de estas personalidades evidencia que se trata de uno de los proyectos más ambiciosos del Resort.

Este nuevo parque dedicado a Ferrari será el segundo del mundo dedicado a la marca automovilística italiana. Ocupará una superficie de 60.000 m² y contará con varias atracciones que integrarán el espíritu de Ferrari, con relación a la Fórmula 1, así como a su origen, en Maranello (Italia), con edificios icónicos de la marca en esa ciudad, además de referencias arquitectónicas al país italiano y a la cultura mediterránea. Uno de los grandes atractivos de este parque será su acelerador vertical, con una altura de 112 metros, que se convertirá en la montaña rusa más alta de Europa.



60.000
m² de superficie



112
metros de
aceleración



Valores compartidos con los proveedores

Gestión responsable y eficiente de la cadena de proveedores

PortAventura World tiene una red de proveedores de categorías y ámbitos de actividad muy diversos que permite garantizar el correcto desarrollo de la actividad diaria del Resort. 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.

Puesta en marcha del Portal de Proveedores

Coincidiendo con su vigésimo aniversario, PortAventura World ha puesto en marcha un ambicioso proyecto en materia de responsabilidad en las compras a través del nuevo Portal de Proveedores, accesible desde su web corporativa, que incluye una plataforma de homologación de proveedores con los que comparte sus mismos principios en materia de compromiso social y medioambiental. A partir de septiembre de 2015, es requisito indispensable ser un proveedor homologado para poder trabajar con PortAventura World.

La empresa proveedora debe firmar formularios sociales y medioambientales e incluso un código ético de proveedores que son imprescindibles para completar el proceso de homologación. Asimismo, también se solicita la presentación de documentación concreta registral, tributaria, de gestión financiera, de personal y de gestión de la calidad ambiental, que es evaluada por los departamentos de PortAventura World correspondientes.

El Portal de Proveedores es, además, un canal de comunicación ágil y transparente con todas las empresas interesadas en mantener o iniciar relaciones comerciales con PortAventura World, reforzando los valores de la compañía y compartiendo la política de compras con sus grupos de interés.



21,36 %
Nuevos proveedores evaluados según criterios ambientales, de prácticas laborales y de derechos humanos en 2015



Relación de colaboración con grandes y reconocidas marcas europeas

En 2015, PortAventura World ha contado con los siguientes *partners* para ofrecer a los visitantes los mejores productos y servicios: patrocinadores oficiales (Estrella Damm, Coca-Cola,

Frigo, Veri y Fiat) y colaboradores oficiales (Danone, Ferrero, Chupa Chups, Haribo, Cacaolat, Campofrío, Cutting's, Forno d'Asolo, Torres, Lavazza, Europcar, Adeslas y Codorniu).



Principales indicadores relativos a proveedores

	2013	2014	2015
Número de proveedores	1.062	1.108	1.053
Volumen de compras a proveedores (millones de euros c/IVA)	96,1	110,2	118,3
Proveedores nacionales (España)	83 %	83 %	86 %
Facturación a proveedores nacionales (España c/IVA)	91 %	92 %	91 %



Distribución de los proveedores según país de origen 2015

España	Europa	América	Asia, África y Oceanía																																											
901	121	17	14																																											
<table border="1"> <tr><td>Alemania</td><td>11</td></tr> <tr><td>Bélgica</td><td>5</td></tr> <tr><td>Chipre</td><td>1</td></tr> <tr><td>Finlandia</td><td>1</td></tr> <tr><td>Francia</td><td>22</td></tr> <tr><td>Holanda</td><td>8</td></tr> <tr><td>Reino Unido</td><td>35</td></tr> <tr><td>Irlanda</td><td>9</td></tr> <tr><td>Italia</td><td>19</td></tr> <tr><td>Liechtenstein</td><td>2</td></tr> <tr><td>Portugal</td><td>2</td></tr> <tr><td>Suiza</td><td>6</td></tr> </table>	Alemania	11	Bélgica	5	Chipre	1	Finlandia	1	Francia	22	Holanda	8	Reino Unido	35	Irlanda	9	Italia	19	Liechtenstein	2	Portugal	2	Suiza	6	<table border="1"> <tr><td>Guatemala</td><td>1</td></tr> <tr><td>México</td><td>1</td></tr> <tr><td>Estados Unidos</td><td>14</td></tr> <tr><td>Canadá</td><td>1</td></tr> </table>	Guatemala	1	México	1	Estados Unidos	14	Canadá	1	<table border="1"> <tr><td>China</td><td>4</td></tr> <tr><td>Hong Kong</td><td>6</td></tr> <tr><td>India</td><td>0</td></tr> <tr><td>Indonesia</td><td>1</td></tr> <tr><td>Nueva Zelanda</td><td>1</td></tr> <tr><td>Emiratos Árabes Unidos</td><td>2</td></tr> </table>	China	4	Hong Kong	6	India	0	Indonesia	1	Nueva Zelanda	1	Emiratos Árabes Unidos	2
Alemania	11																																													
Bélgica	5																																													
Chipre	1																																													
Finlandia	1																																													
Francia	22																																													
Holanda	8																																													
Reino Unido	35																																													
Irlanda	9																																													
Italia	19																																													
Liechtenstein	2																																													
Portugal	2																																													
Suiza	6																																													
Guatemala	1																																													
México	1																																													
Estados Unidos	14																																													
Canadá	1																																													
China	4																																													
Hong Kong	6																																													
India	0																																													
Indonesia	1																																													
Nueva Zelanda	1																																													
Emiratos Árabes Unidos	2																																													

Proveedores alineados con el compromiso de responsabilidad corporativa

PortAventura World apuesta por consolidar relaciones de confianza con proveedores cuyos modelos de conducta sean coherentes con su compromiso de responsabilidad corporativa con el propósito de inculcar buenas prácticas desde el punto de vista ético, social y ambiental en la cadena de suministro.

Con este objetivo, además del Portal de Proveedores, cuenta con otras herramientas que buscan asegurar el buen funcionamiento y la integridad del ciclo de compras:

• CÓDIGO ÉTICO PARA PROVEEDORES Y CONTRATISTAS PROVEEDORES

Incluye aspectos tales como 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 World 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

Busca 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).

Auditorías sociales a fábricas asiáticas

El objetivo de las auditorías, realizadas por una empresa externa (AsiaInspection), es comprobar *in situ* las condiciones laborales de los empleados que trabajan en las fábricas de las empresas proveedoras (sean estas, empresas nacionales

o internacionales). En 2015, se han realizado cuatro nuevas inspecciones a nuevas fábricas o renovación de auditorías a fábricas con las que se había trabajado anteriormente.

Auditorías sociales a fábricas asiáticas

	2013	2014	2015
Auditorías realizadas	9 (7 China, 1 Indonesia, 1 Tailandia)	19 (17 China, 1 India, 1 Taiwán)	4 (3 China, 1 India)
Puntuación media (sobre 10)	8,8	9,2	9,3



ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI G4

Contenidos básicos generales

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*.

Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones Verificación	
Estrategia y análisis				
G4-1	Declaración del responsable máximo de la organización.	10-11	●	
Perfil de la organización				
G4-3	Nombre de la organización.	7, 18	●	
G4-4	Principales marcas, productos y servicios.	18, 52, 83	●	
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.	18	●	
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	7	●	
G4-8	Mercados servidos.	50,52	●	
G4-9	Dimensiones de la organización.	14-15, 18-19, 40, 52, 86-87	●	
G4-10	Número total de empleados.	40	●	
Tamaño de la plantilla (a 31 de diciembre)				
		2013	2014	2015
Personal propio		1.285	1.448	1.439
Hombres		422	490	499
Mujeres		863	958	940
Personal externo		2.665	2.860	3.428

Nota: La Fundación PortAventura, entidad independiente de PortAventura, tiene un empleado en plantilla. Ocupa el cargo de gerente de la entidad, tiene contrato indefinido y trabaja a jornada completa. Los datos que se presentan en las siguientes tablas no incluyen al empleado de la Fundación.

Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones Verificación	
Perfil de la organización				
G4-10	Número total de empleados.		●	
Plantilla según el tipo de contratación y jornada (a 31 de diciembre)				
		Contratación	Jornada	
2013	Hombres	308	386	
	Indefinida	684	676	
	Mujeres	116	38	
	Eventual	177	185	
2014	Hombres	336	443	
	Indefinida	723	751	
	Mujeres	154	47	
	Eventual	235	207	
2015	Hombres	351	452	
	Indefinida	732	742	
	Mujeres	148	47	
	Eventual	208	198	
Plantilla según categoría laboral (a 31 de diciembre)				
		2013	2014	2015
Directivos y jefes de área		29	33	33
Hombres		15	19	18
Mujeres		14	14	15
Supervisores, técnicos y administrativos		467	480	482
Hombres		173	172	167
Mujeres		294	308	315
Personal de operaciones		789	935	924
Hombres		234	299	314
Mujeres		555	636	610

Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
Perfil de la organización				
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	40		●
G4-12	Cadena de suministro de la organización.	92-95		●
G4-13	Cambios significativos durante el periodo objeto de la memoria.	14, 90		●
G4-14	Implementación del principio de precaución.	72		●
G4-15	Apoyo a iniciativas externas.	30, 72		●
G4-16	Asociaciones y organizaciones a las que pertenece la organización.	24		●
Aspectos materiales y cobertura				
G4-17	Entidades que figuran en la memoria.	7		●
G4-18	Definición del contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.	32 Para la edición 2014 del informe, se llevó a cabo un análisis de materialidad, cumpliendo así con los requisitos de la <i>Guía G4</i> de GRI. El proceso fue liderado por el Área de Responsabilidad Corporativa, y contó con la implicación de personas responsables de los departamentos organizacionales y las áreas específicas que tienen relación con los diferentes grupos de interés. Fases del proceso, según la norma AA-1000SES de Accountability y considerando los principios de la <i>Guía G4</i> de GRI: 1. Identificación Para determinar los temas de mayor interés general, se identificaron aquellos aspectos y asuntos relevantes para el sector en el que opera PortAventura World. Este ejercicio se realizó mediante el desarrollo de un estudio de <i>benchmarking</i> sectorial que ha incluido tanto otros parques temáticos como otros resorts. Esta fase se ha completado con el análisis de estándares de referencia elaborados por el Global Reporting Initiative y Governance & Accountability. 2. 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 World. Para el análisis estadístico, se han ponderado las respuestas según el grupo de interés para dar una visión de conjunto más coherente y acorde con la realidad de PortAventura World, de modo que el peso de cada grupo es directamente proporcional a su grado de importancia para el Grupo. Como resultado del proceso, se identificaron los aspectos y los asuntos prioritarios para PortAventura World y sus grupos de interés que quedan plasmados en la matriz de materialidad, que clasifica dichos temas en función de su relevancia interna y externa. 3. Validación Para asegurar que la materialidad refleja de forma razonable y equilibrada los asuntos relevantes para el desempeño sostenible de PortAventura World, se han analizado en detalle los resultados obtenidos y se ha considerado importante determinar como materiales los siguientes aspectos y asuntos: efluentes y residuos, accesibilidad arquitectónica y sensibilización en buenas prácticas ambientales.		●
G4-19	Aspectos materiales.	32		●

Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
Aspectos materiales y cobertura				
G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.	Aspectos y asuntos materiales	Limite y cobertura Interno Externo	●
G4-21	Límite de cada aspecto material fuera de la organización.		PortAventura Park, PortAventura Caribe Aquatic Park, hoteles y Centro de Convenciones	●
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 <i>merchandising</i>		● ● ●	
	Seguridad alimentaria y promoción de hábitos de alimentación saludable		● ● ●	
	Accesibilidad 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.	Se han producido las siguientes reexpresiones de información respecto al Informe de responsabilidad corporativa 2014: datos 2013 y 2014 de agua para riego, datos 2014 de agua regenerada para riego y datos 2014 de cantidad de residuos generados.		●																		
G4-23	Cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	No se han producido cambios significativos en el alcance y la cobertura de los aspectos con respecto al <i>Informe de responsabilidad corporativa 2014</i> .		●																		
Implicación de los grupos de interés																						
G4-24	Grupos de interés vinculados a la organización.	34		●																		
G4-25	Base para la identificación de los grupos de interés.	PortAventura World ha identificado sus grupos de interés a partir de criterios tales como: la dependencia (quienes dependen de las actividades, los productos o los servicios o de quienes depende para continuar sus actividades), la responsabilidad (ya sea de tipo comercial, legal, operativa, social, etc.), la proximidad (quienes se encuentren en el entorno más local) y la influencia (pueden generar un impacto en la estrategia o en el negocio).		●																		
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 con relación a 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, <i>newsletter</i>, SMS, videos, revista interna (Acció), carteleras 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, nueva plataforma web: Guía PortAventura.</td> <td>Información general, de interés, operativa y corporativa, normativa, cambios organizativos, ofertas internas de empleo, ventajas y ofertas, horarios, <i>spots</i> 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. Nuevo Portal de Proveedores.</td> <td>Plan de compra responsable, procesos de contratación y cumplimiento de los compromisos contractuales, extensión del compromiso de responsabilidad corporativa, seguridad del <i>merchandising</i>, Formularios sociales y medioambientales y código ético.</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 con relación a 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, <i>newsletter</i> , SMS, videos, revista interna (Acció), carteleras 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, nueva plataforma web: Guía PortAventura.	Información general, de interés, operativa y corporativa, normativa, cambios organizativos, ofertas internas de empleo, ventajas y ofertas, horarios, <i>spots</i> y videos de la compañía, presentaciones a los medios, transporte, seguridad y salud, sugerencias, quejas, consultas, etc.	Proveedores y contratistas	Responsables de Compras. Nuevo Portal de Proveedores.	Plan de compra responsable, procesos de contratación y cumplimiento de los compromisos contractuales, extensión del compromiso de responsabilidad corporativa, seguridad del <i>merchandising</i> , Formularios sociales y medioambientales y código ético.	Administración pública y entorno social	Página web de la Fundación PortAventura, publicación de información corporativa periódicamente, participación institucional, reuniones con representantes de instituciones públicas y entidades sociales.	Cumplimiento de la legislación aplicable, transparencia y rendición de cuentas, buena gestión de las instalaciones, implicación con el entorno local, colaboración para el desarrollo de proyectos en beneficio mutuo que promuevan acciones en línea con los objetivos de la Fundación PortAventura.		●
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 con relación a 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, <i>newsletter</i> , SMS, videos, revista interna (Acció), carteleras 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, nueva plataforma web: Guía PortAventura.	Información general, de interés, operativa y corporativa, normativa, cambios organizativos, ofertas internas de empleo, ventajas y ofertas, horarios, <i>spots</i> y videos de la compañía, presentaciones a los medios, transporte, seguridad y salud, sugerencias, quejas, consultas, etc.																				
Proveedores y contratistas	Responsables de Compras. Nuevo Portal de Proveedores.	Plan de compra responsable, procesos de contratación y cumplimiento de los compromisos contractuales, extensión del compromiso de responsabilidad corporativa, seguridad del <i>merchandising</i> , Formularios sociales y medioambientales y código ético.																				
Administración pública y entorno social	Página web de la Fundación PortAventura, publicación de información corporativa periódicamente, participación institucional, reuniones con representantes de instituciones públicas y entidades sociales.	Cumplimiento de la legislación aplicable, transparencia y rendición de cuentas, buena gestión de las instalaciones, implicación con el entorno local, colaboración para el desarrollo de proyectos en beneficio mutuo que promuevan acciones en línea con los objetivos de la Fundación PortAventura.																				
G4-27	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés.			●																		

Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
Perfil de la memoria				
G4-28	Periodo objeto de la memoria.	7		●
G4-29	Fecha de la última memoria.	Año 2014		●
G4-30	Ciclo de presentación de memorias.	Anual		●
G4-31	Punto de contacto para dudas sobre el contenido de la memoria.	7		●
G4-32	Opción <i>De conformidad</i> con la guía que ha elegido la organización y su índice de GRI.	98		●
G4-33	Política y prácticas con respecto a la verificación externa de la memoria.	7		●
Gobierno				
G4-34	Estructura de gobierno de la organización.	22-23, 58, 72		●
Ética e integridad				
G4-56	Valores, principios y códigos de conducta u otros de la organización.	22, 34		●

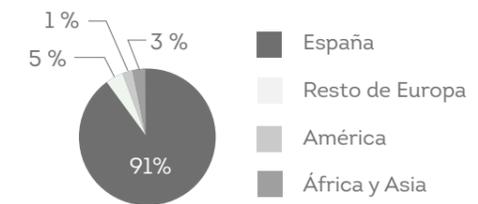
Contenidos básicos específicos

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación															
Desempeño económico																				
Desempeño económico	EDG	Enfoque de gestión.	86-88, 90		●															
	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	63, 88		●															
Consecuencias económicas indirectas	EDG	Enfoque de gestión.	Con casi 4 millones de visitas anuales, 962.296 pernactaciones, 81.352 participantes en congresos, 1.053 proveedores y 191 M€ de facturación en 2015, se concluye que la actividad del Resort conlleva la generación de un valor económico que incide directamente en la dinamización del territorio, principalmente en la provincia de Tarragona y la Costa Dorada, y su oferta turística. La ampliación de la oferta del Resort, al pasar de parque temático a destino de vacaciones, supuso para PortAventura World empezar a colaborar más estrechamente con el entorno local más inmediato, especialmente con los municipios de Salou, Vila-seca, Cambrils, Reus y Tarragona. La situación del Resort junto al Mediterráneo y la amplia oferta gastronómica, cultural y natural del territorio, y la proximidad con Barcelona, contribuyen a aportar un valor diferencial a la oferta del parque respecto a otros.		●															
	G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos, incluido su alcance.	PortAventura World ha supuesto una mejora en el turismo en Cataluña, tanto en el terreno cualitativo como en el cuantitativo. Además de los efectos productivos y sobre el consumo, la diversificación del producto turístico, la prolongación de la temporada y la creación de la actividad y la ocupación en diferentes sectores, el Resort tiene un efecto directo en el territorio. En este sentido, destacan la reordenación y el crecimiento del sistema de infraestructuras de la zona (por ejemplo, el sistema viario) y de los equipamientos turísticos (por ejemplo, la planta hotelera) de esta. El proyecto Ferrari Land supone la participación de más de 50 empresas en las distintas fases del proyecto y se espera que una vez abierto genere 150 puestos de trabajo, entre directos e indirectos.		●															
Desempeño ambiental																				
Materiales	EDG	Enfoque de gestión.	Además de fomentar el consumo responsable de materiales, PortAventura World prioriza la compra de materiales ambientalmente sostenibles.		●															
	G4-EN1	Materiales utilizados.	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th>2013</th> <th>2014</th> <th>2015</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Productos químicos en el mantenimiento de las piscinas y los lagos y efectos de agua (t)</td> <td>510,49</td> <td>478,25</td> <td>*770,68</td> </tr> <tr> <td>Luminarias (unidades)</td> <td>17.277</td> <td>16.915</td> <td>17.534</td> </tr> <tr> <td>Bolsas para venta de productos en tiendas del Resort (kg)</td> <td>16.308</td> <td>10.741</td> <td>10.618</td> </tr> </tbody> </table> <p>* En 2015 se incorpora al consumo procedente de los proveedores de servicios del Resort para los productos químicos.</p>		2013	2014	2015	Productos químicos en el mantenimiento de las piscinas y los lagos y efectos de agua (t)	510,49	478,25	*770,68	Luminarias (unidades)	17.277	16.915	17.534	Bolsas para venta de productos en tiendas del Resort (kg)	16.308	10.741	10.618	
	2013	2014	2015																	
Productos químicos en el mantenimiento de las piscinas y los lagos y efectos de agua (t)	510,49	478,25	*770,68																	
Luminarias (unidades)	17.277	16.915	17.534																	
Bolsas para venta de productos en tiendas del Resort (kg)	16.308	10.741	10.618																	
Energía	EDG	Enfoque de gestión.	76		●															
	G4-EN3	Energy consumption within the organization.	76		●															
	G4-EN5	Intensidad energética.	76		●															
Agua	EDG	Enfoque de gestión.	74 En el caso del agua para el consumo humano, el ahorro está muy condicionado por las buenas prácticas de consumo de los clientes del parque y los hoteles, ya que son éstos sus principales consumidores. El agua para uso recreativo y para baño se mantiene en un circuito cerrado mediante filtrado y tratamiento, lo que permite no aumentar su consumo en el Resort con la puesta en funcionamiento de nuevas atracciones acuáticas. El consumo de agua para el riego está condicionado por la climatología, por lo que PortAventura World cuenta con su propia estación meteorológica, capaz de registrar parámetros que permiten controlar el aporte exacto de agua en las zonas ajardinadas.		●															
	G4-EN8	Consumo total de agua según fuente.	74		●															

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
Desempeño ambiental					
Biodiversidad	EDG	Enfoque de gestión.	80		●
	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.	80		●
Emisiones	EDG	Enfoque de gestión.	79		●
	G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	79		●
Efluentes y residuos	EDG	Enfoque de gestión.	78		●
	G4-EN23	Residuos generados.	78		●

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
Desempeño social - Prácticas laborales					
Capacitación y educación	EDG	Enfoque de gestión.	46-47		●
	G4-LA9	Promedio de horas de formación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	46		●
			2013	2014	2015
			Promedio de horas de formación por empleado según género y categoría laboral (h/empleado)		
			6,98	8,51	9,53
			Hombres		
			7,41	8,97	10,03
			Directivos y jefes de área		
			13,50	30,02	41,89
			Supervisores, técnicos y administrativos		
			5,53	9,50	10,35
			Personal de operaciones		
			7,65	7,54	7,79
			Mujeres		
			6,77	8,27	9,26
			Directivos y jefes de área		
			7,45	28,04	36,09
			Supervisores, técnicos y administrativos		
			6,91	10,08	13,35
			Personal de operaciones		
			6,67	6,87	6,51
	G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores.	46		●
Diversidad e igualdad de oportunidades	EDG	Enfoque de gestión.	43-44		●
	G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla.	43-44		●
			Mujeres según categoría laboral (a 31 de diciembre)	2013	2014
			2015		
			Directivos y jefes de área		
			48 %	42 %	45 %
			Supervisores, técnicos y administrativos		
			63 %	64 %	65 %
			Personal de operaciones		
			70 %	68 %	66 %

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
Desempeño social - Prácticas laborales					
Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla.			●
			Plantilla según nacionalidad	2015	
			Mujeres	Hombres	Total
		Alemania	1	3	4
		Argelia	1	1	2
		Argentina	2	1	3
		Bélgica	1		1
		Bolivia		1	1
		Brasil	1		1
		Bulgaria	4		4
		República Checa		1	1
		Colombia	3	1	4
		República Democrática del Congo		1	1
		Croacia		1	1
		Cuba		1	1
		República Dominicana	1		1
		Ecuador	1		1
		Eslovenia		1	1
		España	862	445	1.307
		Francia	5	2	7
		Guinea Ecuatorial		5	5
		India	1		1
		Holanda	1		1
		Italia	7	10	17
		Letonia	1		1
		Marruecos	11	17	28
		México		1	1
		Nigeria	1		1
		Perú	6		6
		Polonia	2		2
		Portugal	2	2	4
		Rumania	15	3	18
		Rusia	7		7
		Senegal	2	1	3
		Ucrania	2		2
		Uruguay		1	1



Personas con discapacidad según categoría laboral	2013	2014	2015
Directivos y jefes de área	1,0	1,0	1
Supervisores, técnicos y administrativos	5,6	3,8	2,25
Personal de operaciones	32,7	26,5	27,83
Total	39,3	31,3	31,1
Porcentaje de empleados con alguna discapacidad en plantilla	3,06 %	2,16 %	2,16 %

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
Desempeño social - Prácticas laborales					
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores	EDG	Enfoque de gestión.	92		●
	Los aspectos de prácticas laborales que se tienen en cuenta para la evaluación de proveedores son los siguientes: cumplimiento de las regulaciones locales en materia de seguridad y salud; disponibilidad de un sistema de prevención de riesgos laborales certificado por un tercero; disponibilidad del certificado de prevención de riesgos laborales y de certificados de aptitud médica de todos los trabajadores; y existencia de la póliza de responsabilidad civil por riesgos profesionales y el correspondiente recibo de pago.				
	G4-LA14	Nuevos proveedores analizados en base a criterios de prácticas laborales.	92		●

Desempeño social - Derechos humanos					
No discriminación	EDG	Enfoque de gestión.	43		●
	G4-HR3	Incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	En 2015, PortAventura World no ha registrado ningún caso de discriminación.		●
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	EDG	Enfoque de gestión.	92		●
	Los aspectos de derechos humanos que se tienen en cuenta para la evaluación de proveedores son los siguientes: adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas; apoyo a la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva; cumplimiento de la regulación laboral local, incluidos los derechos de los trabajadores en materia de contratación, horarios laborales, salarios, etc.; apoyo a la protección y respeto de los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente; respeto de los derechos de los niños a ser protegidos contra la explotación económica; apoyo a la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o bajo coacción y los abusos de autoridad; respeto a la igualdad de oportunidades y rechazo de prácticas discriminatorias en el ámbito laboral; cumplimiento de la legislación vigente en referencia a derechos del trabajador, seguridad y/o salud laboral; y extensión del compromiso con el respeto de los derechos humanos a la cadena de proveedores.				
	G4-HR10	Nuevos proveedores seleccionados en base a criterios de derechos humanos.	92		●

Desempeño social - Sociedad					
Comunidades locales	EDG	Enfoque de gestión.	42, 44, 62-68		●
	G4-SO1	Programas de desarrollo y evaluaciones de impactos con participación de la comunidad local.	42, 44, 62-68		●

Aspectos materiales	Indicadores	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
Desempeño social - Responsabilidad de producto					
Salud y seguridad de los clientes	EDG	Enfoque de gestión.	58, 60		●
	G4-PR1	Productos y servicios para las que los impactos en la salud y seguridad de los clientes son evaluados.	58, 60		●
Etiquetado de productos y servicios	EDG	Enfoque de gestión.	56-57		●
	G4-PR5	Resultados de las encuestas de satisfacción del cliente.	56-57		●
Privacidad de los clientes	EDG	Enfoque de gestión.	PortAventura World garantiza el cumplimiento de toda la legislación específica y aplicable en materia de confidencialidad y protección de datos de carácter personal, Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD), a partir de la gestión de ficheros de datos personales según establece la LOPD.		●
	G4-PR8	Reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	En 2015, no se ha registrado ninguna reclamación sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.		●

Aspectos materiales	Descripción	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
Otros asuntos no GRI				
Sensibilización en buenas prácticas ambientales	Enfoque de gestión.	73		●
	Acciones de información y sensibilización ambiental impulsadas dirigidas a clientes y empleados.	73		●
Innovación en diseño y mejora de las atracciones e instalaciones	Enfoque de gestión.	90		●
	Nuevas atracciones y eventos.	90		●
Seguridad del merchandising	Enfoque de gestión.	60		●
	Normativa y estándares contemplados para garantizar la seguridad de los productos de merchandising.	60		●
Seguridad alimentaria y promoción de hábitos de alimentación saludable	Enfoque de gestión.	60		●
	Número de auditorías higiénico-sanitarias (internas y externas) llevadas a cabo durante el año.	60		●
Accesibilidad arquitectónica	Enfoque de gestión.	PortAventura World 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 <i>parking</i> reservadas, etc. La Oficina de Atención al Visitante ofrece la información necesaria para organizar la visita al parque de este colectivo, y entrega una pulsera identificativa para acceder a las atracciones por el acceso especial.		●



TABLA DE CONTENIDOS DEL PACTO MUNDIAL

Vínculos con los Diez Principios del Pacto Mundial (2000)

Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	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.	29, 43, 44, 48-49, 62-68	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.	29, 43, 44, 62-68	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.	40-41	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.	41, 92, 95	Subcategoría Derechos Humanos: trabajo forzoso.
Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	90, 93	Subcategoría Derechos Humanos: trabajo infantil.
Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	38, 43-44, 49	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.	72-83, 92, 95	Categoría Medio ambiente: todos los aspectos.
Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	72-83, 92, 95	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.	72-83, 92, 95	Categoría Medio ambiente: todos los aspectos.
Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	22	Subcategoría Sociedad: lucha contra la corrupción y política pública.

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

