

RSA - Entidades no lucrativas

Empresa evaluada

FERIA DE ZARAGOZA

CIF:Q5073002G

Autovía A-2, Km 311

50012 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

Denominación de la organización

Feria de Zaragoza

Forma jurídica

Institución sin ánimo de lucro, con personalidad jurídica propia y plena capacidad de obrar. Tiene el carácter de Institución Ferial inscrita con el número IN007 en el Libro General de Entidades Organizadoras del Registro de Actividades Feriales Oficiales de Aragón, de conformidad con lo establecido en la Ley 1/2007 de 27 de febrero, de Actividades Feriales oficiales de Aragón.

Número de socios (en caso de asociaciones)

0

Número de miembros Junta/Patronato

Junta Rectora:

Gobierno de Aragón: 3

Ayuntamiento Zaragoza: 1

D.P.Z.: 1

Cámara de Comercio de Zaragoza: 1

Ibercaja: 1

Comité Ejecutivo:

Cámara de Comercio de Zaragoza: 6

Gobierno de Aragón: 2

Ayuntamiento de Zaragoza: 1

D.P.Z.:1

Ibercaja: 1

ICEX: 1 (con voz pero sin voto)

Dirección - CP - Población

Autovía A II, Km. 311

50012 Zaragoza

Sector/Ámbito de actuación.

Organización de convenciones y ferias de muestras.

CNAE: 8230

Actividad principal

La promoción y fomento del comercio y de la industria a través de la celebración periódica de certámenes, ferias, congresos y exposiciones comerciales y técnicas, de diversa índole, en Zaragoza, de ámbito internacional, nacional, o local, tanto de carácter general como monográfico.

Colectivo principal atendido

El comercio y la industria

Año comienzo actividad.

1945

Número de personas empleadas - media anual

61

Número de personas empleadas estables (contrato indefinido)

61

Número de voluntarios

No hay

Persona contacto

PILAR MARTÍN GUILLEN

E-mail contacto

mpmartin@feriazaragoza.es

Página web

<https://www.feriazaragoza.es/>

GENERAL

Tendencias Globales

- 1- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:
- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
 - Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
 - Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc.)
 - Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)
 - Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc.)

1.1 Información adicional

Feria de Zaragoza cuenta con un Plan Estratégico en el que se han tenido en cuenta estas cuestiones.

Adicionalmente la situación vivida con la pandemia nos afectó y nos hizo poner mayor atención a temas tan importantes como los sociales: conciliación, formación, teletrabajo. También los tecnológicos, ya que fue necesario dotar a todos los empleados de medios para poder teletrabajar, entre otros. Indirectamente también los medioambientales.

La actualización del plan estratégico contempla la nueva situación y los avances y cambios en nuestro sector.

2.- ¿Cree que las organizaciones pequeñas o medianas pueden enfrentarse de forma individual a temas como los anteriores?

2.1. Información adicional

Deben establecer alianzas con otras empresas y/o instituciones para abordar dichas cuestiones.

Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?

3.1. Información adicional

Contamos con un Plan Estratégico que se despliega en ejes, líneas y acciones, con un cronograma para cada todas ellas,

4.- La organización se preocupa de ser rentable (económica- y socialmente) y optimizar los recursos de los que dispone

4.1 Información adicional

Algunas de las acciones del Plan Estratégico tienen esta finalidad y están asignadas a miembros del equipo de dirección.

Revisamos periódicamente nuestras estrategias para adaptarlas a estos 3 ámbitos tan cruciales.

Hay que destacar el avance en el plan estratégico de digitalización de los procesos internos y externos de Feria.

5. En caso de ser positivo el resultado del año ¿cómo se define el destino de estos fondos?

5.1. Información adicional

En caso de ser positivo el resultado, los miembros del equipo de dirección, junto con sus equipos, elaboran un plan de inversiones que se elevan al Comité y Junta para su aprobación con los presupuestos.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

6.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, cliente/usuarios, familias, voluntarios, proveedores, financiadores y donantes, aliados y colaboradores públicos y privados, medios de comunicación, otros.

6.1. Información adicional

Tenemos identificados los grupos de interés y sus expectativas, mantenemos dialogo fluido con todos ellos a través de los distintos canales de comunicación:

Visitantes: Oferta atractiva, número y gama de expositores, relación calidad/precio, información.

Expositores: Excelencia, producto solvente, innovación, amplia asistencia. Facilidades económicas, infraestructura y logística.

Prescriptores: Transparencia, proyecto sólido y fiable, información actualizada, confianza en el proyecto.

Proveedores: Rendimiento económico, plazos de cobros, transparencia en los procesos, agilidad en los procesos, especificaciones claras,

Asociaciones Sectoriales: Cobertura sectorial amplia e integradora. Fechas y periodicidad.

Empresas y colectivos profesionales: Contenido. Comunicaciones.

Administración Pública: Atracción de visitantes, generación de riqueza, desarrollo local-regional-nacional.

Medios de comunicación: Mayores recursos e inversión en comunicación corporativa y de certámenes. Elevado número de expositores y visitantes.

Financiadores: Rendimiento económico, garantías, plazos de devolución.

7.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

7.1. Información adicional

Feria de Zaragoza realiza acciones periódicas para conocer las necesidades de sus clientes y alinear los certámenes con las mismas, principalmente en el caso de los expositores .

Integra a los clientes en los comités organizadores de certámenes y se desarrollan reuniones con las asociaciones sectoriales para planificar los eventos.

Se realizan encuestas de satisfacción de clientes expositores y visitantes en todas las ediciones.

Existe un buen nivel de interlocución con instituciones públicas, cuyas relaciones se gestionan en el marco de la Junta Rectora y del Comité Ejecutivo

Transparencia, rendición de cuentas y buen gobierno de la organización

8.- En cuanto a los miembros del órgano de gobierno, con independencia de si ejercen su cargo a nivel particular o en calidad de representantes jurídicos de otros organismos/organizaciones públicas o privadas, ¿cómo desempeñan de su cargo?

8.1. Información adicional.

Los órganos de Gobierno son la Junta Rectora y el Comité ejecutivo.

Todos los miembros representan a las entidades que participan en Feria. Se convocan reuniones periódicas en las que se aprueban presupuestos y Cuentas Anuales y se informa y debate sobre la marcha de la institución.

9.-Respecto a la rendición de cuentas, ¿cómo actúa la organización?

9.1.- Información adicional.

En la página web de Feria de Zaragoza, dentro del Portal de transparencia, se publican las Cuentas Anuales auditadas de la institución, que incluyen los Estados Contables y la Memoria.

10.- ¿Se proporciona información clara, honesta y fiel sobre la propia organización, su composición, estrategia y funcionamiento, sus redes y acuerdos y sus fuentes de financiación y obtención de recursos?

10.1. Información adicional

Toda la información a este respecto está en la Memoria, disponible en las Cuentas Anuales publicadas en la web.

Adicionalmente, en el mismo Portal de Transparencia, se pueden encontrar los miembros de los órganos de gobierno, el organigrama, el convenio colectivo, las normas de participación, los estatutos y otras normativas relacionadas.

11.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

11.1.- Información adicional

Existe un manual de Políticas Corporativas, aprobado por el Comité Ejecutivo en junio del 2015, que se actualiza periódicamente.

Asimismo, en el Perfil del Contratante están publicadas las normas de contratación y se informa de todas las licitaciones efectuadas

12.- ¿Conocen las personas que trabajan y las que colaboran como voluntarias la misión, la cultura (razón de ser de la organización, valores,...) y los objetivos propios y distintivos de la organización?

12.1. Información adicional

En las reuniones formativas anuales que se realizan con toda la plantilla, se repasan la Misión, Visión y Valores definidas en el Plan Estratégico. Se realizan role-playing, análisis de casos concretos de aplicación de conductas y actitudes correspondientes a nuestra misión, visión y valores, por ejemplo ante una situación concreta cual sería y cual no sería una actitud, respuesta o conducta adecuada de un empleado, a la luz de esos valores,

visión y misión

Además, estos principios, decoran el hall de nuestras oficinas.

A través del sistema de prevención SPMas, gestionamos las expectativas e inquietudes de los empleados, hemos tenido video reuniones, y se ha expuesto con claridad la situación de la entidad, a raíz de la riada de julio 2023, que devastó nuestras instalaciones

Plan de Responsabilidad Social

13.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?

13.1. Información adicional

Nuestro Plan de RS cuenta con diferentes acciones asociadas a los ODS con los que la institución está comprometido y a los que les hemos dado visibilidad en nuestra Entidad, tanto en la información y promoción de cada certamen, como físicamente decorando el hall principal de la Entidad.

Obviamente nuestro interés en obtener el Sello RSA responde a esa preocupación creciente por ser socialmente responsables.

En nuestra organización siempre hay lugar para la mejora y compartimos valores como la motivación, el trabajo en equipo, el servicio, la diversidad y el compromiso. Todos estos valores mueven a las personas que formamos parte de Feria de Zaragoza.

Todos nuestros empleados integran en el desempeño de su actividad el compromiso de Feria con el progreso económico, social y medioambiental de nuestra Comunidad y del tejido empresarial, como parte de nuestra misión.

En Feria de Zaragoza todos y todas somos importantes y esa energía colectiva nos da una enorme fuerza para conseguir nuestras metas. Estamos muy comprometidos con la calidad del empleo y nos preocupamos por las condiciones y las oportunidades de desarrollo de nuestras personas.

En el apartado 30.1. de este cuestionario ampliamos y concretamos esta información.

Conseguimos la renovación anual de los sellos RSA y RSA+. Estamos muy satisfechos y seguiremos tratando de mejorar.

14.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?

14.1. Información adicional

Dentro del Plan Estratégico se definió una línea de acción en este sentido.: "Fomento de la Responsabilidad Social Corporativa (entorno de trabajo, medio ambiente, mercado y comunidad local)".

Definición de objetivos de Responsabilidad Social Corporativa y de un presupuesto anual para su desarrollo. Asignación de responsabilidades.

Desarrollo de actividades en los certámenes y congresos que apoyen proyectos sociales alineados con los valores de FZ.

Realización de actividades específicas de RSC;

Entorno de trabajo: Conciliación de vida laboral y familiar, mejora del clima laboral, contratación de colectivos desfavorecidos para determinadas actividades, etc.

Medio ambiente: Minimización del uso de papel y plástico, reducción del consumo de energía, eliminación de residuos, etc.

Comunicación interna y externa de actividades de RSC.

El seguimiento de estas acciones lo realizan los Jefes de Área, cuando corresponde a certámenes concretos y en aspectos más generales desde Dirección de RR.HH.,

A causa de la inundación de nuestra sede, a raíz de la riada de julio de 2023, nos hemos preocupado de las condiciones laborales y de salud de nuestros trabajadores en todo momento. Tuvimos que trasladarnos al Palacio de Congresos, que también gestionamos, y ubicarnos allí de la mejor manera posible.

Esta año hemos realizado también una evaluación psicosocial, con resultados satisfactorios y muy útiles.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

15.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes/usuarios/beneficiarios?

15.1. Información adicional

Los certámenes tienen un comité organizador sectorial representado por instituciones, asociaciones y empresas del sector. En dicho comité se decide la estrategia a seguir, y dicha información es fundamental puesto que analiza las necesidades de cada colectivo sectorial desde dentro. Además, se realizan numerosas reuniones y focus group con empresas y con asociaciones que agrupan visitantes profesionales. Previamente a los eventos, los visitantes reciben información directa, al igual que los expositores siguiendo una estrategia de inbound marketing y tienen a su disposición una APP, Web y Redes Sociales donde dar su opinión. Durante el evento se realizan numerosas encuestas, definiendo el target y por canal online y offline a los visitantes. Además, al finalizar cada certamen enviamos encuesta una de satisfacción a los expositores y damos respuesta a sus propuestas e inquietudes. Incluso en caso de producirse alguna queja o reclamación, nuestra respuesta es inmediata y personalizada hasta llegar a satisfacer al cliente.

A raíz de la inundación de la sede de Feria, por la riada de julio, fue necesario suspender y/o aplazar algún certamen. En todo momento estuvimos en contacto con los expositores/clientes para ajustar de la mejor manera posible, la logística y las nuevas fechas.

16. ¿Disponen de mecanismos para conocer la satisfacción de sus organismos financiadores y donantes?

16.1. Información adicional

Periódicamente enviamos información de los estados financieros a nuestros financiadores (entidades bancarias) y mantenemos relación estrecha con ellos, lo que nos permite conocer su opinión respecto a la marcha de la institución.

La información que recibimos nos hace pensar que los clientes están satisfechos y optimistas, con ganas de seguir adelante, aunque hay que continuar adaptándose a las nuevas tendencias del mercado y a los cambios de modelo de negocio que no solo se perciben, sino que ya son una realidad

17.- ¿Cómo identifica las posibles mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?

17.1. Información adicional

La estrategia de los certámenes se realiza con la visión puesta en el desarrollo de los sectores, al menos a 3 ediciones vista, tanto para los eventos anuales como para los bienales o trienales. Realizado el análisis interno, se procede a hacer un análisis interno, dafo, came y canvas, con la colaboración e información de diferentes colectivos participantes de los eventos. Además de la gestión de los comités organizadores, encuestas de satisfacción y participación en reuniones con los colectivos objeto de interés sectorial, tras la finalización de cada evento se produce una reunión interdepartamental dónde se pone toda la información recopilada en común. De esta reunión se elabora un documento de análisis y estrategia que incluye las mejoras a tener en cuenta para la siguiente edición del certamen en cuestión. Ese informe se modifica periódicamente por las personas que están implicadas en las mejoras, teniendo en cuenta las diferentes variables que surgen para realizar un proceso de mejora continua, de tal forma que el foco principal está puesto en la mejora de la experiencia cliente, externo pero también interno, al objeto de satisfacer sus necesidades y adaptarnos a una realidad cambiante.

Innovación en los productos y servicios

18.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación e innovación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los diferentes clientes/usuarios/beneficiarios y el sector de la actividad?

18.1. Información adicional

Se analizan los sectores objetivo de nuestra actividad, realizando análisis del sector trabajado y de la competencia, nivel de satisfacción del cliente y necesidades del mismo, buscando cubrir las mismas.

Analizamos el subsector y target tanto de las empresas como de los responsables con quienes trabajamos directamente, revisamos periódicamente la información que pone a disposición pública, valorando su sistémica y decidiendo la mejor forma de dirigirnos a ellos. Realizamos un marketing de contenidos centrado en informar al cliente de la manera más útil y menos intrusiva. Así mismo, se revisan periódicamente las alianzas estratégicas para conseguir un mayor quorum con los diferentes colectivos. Todos nuestros eventos han tenido una mejora sustancial en digitalización, durante todo el ciclo de desarrollo de los productos. Así mismo, buscamos novedades técnicas por todo el mundo que mejoren la

calidad de los productos y servicios presentados, dinamizando cada nueva edición y aportando valor.

Estamos invirtiendo en medios digitales y on line para estar más cerca del cliente y de sus necesidades. Esto es además un objetivo estratégico nuestro prioritario: avanzar y mejorar la digitalización.

Calidad de los productos y servicios

19.- ¿Cómo realiza su entidad la puesta a disposición del producto o servicio?

19.1. Información adicional

Los productos de Feria de Zaragoza, así como toda la información relativa a los mismos se divulgan a todos los potenciales clientes mediante documentación física y virtual, emailing, notas de prensa en medios especializados y generalistas (según los sectores), newsletters, comunicación online, etc. De manera absolutamente definida se hace un seguimiento al cliente durante las diferentes fases de gestión: lanzamiento, desarrollo del producto, información, contratación, fidelización y análisis posterior. La información general es transparente, siendo toda ella, accesibles desde la web de Feria de Zaragoza.

Además, hemos potenciado la gestión de call center, con análisis semanales, buscando la mejora en la respuesta hacia nuestros clientes.

20.- ¿Cuáles son las características del sistema de evaluación y seguimiento de los servicios/productos de su organización?

20.1. Información adicional

Además de toda la información, contacto y seguimiento realizado con nuestros clientes potenciales o contratados, durante el ciclo de vida de nuestros productos, según matriz ABC para definir aún más las especificaciones necesarias, se realizan encuestas a los expositores y visitantes de su grado de satisfacción con los distintos servicios ofrecidos en un certamen y su satisfacción con la oferta realizada. Disponemos de hojas de reclamaciones y dirección de correo electrónica para hacer un seguimiento a las mismas.

Por otra parte, la calidad del servicio se evalúa, en su conjunto, a través de los stakeholders, valorando que entre todos debemos garantizar la calidad del producto y la satisfacción del cliente, por ello se establece una comunicación y evaluación constante con los proveedores, previamente licitados, a fin de conseguir los objetivos de calidad propuestos..

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

21.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

21.1. Información adicional

Toda la información de nuestros productos y servicios está disponible en la web y en los microsites de cada uno de ellos. Igualmente, respetando la protección de los datos de

nuestros clientes, informamos a todo el sector de la oferta realizada en nuestros eventos, también a través de los medios técnicos sectoriales de comunicación.

Nuestra Misión, Visión, Valores, como institución se ponen siempre a disposición de la sociedad y nuestra comunicación señala permanentemente que tenemos una clara vocación de dinamizar sectores y ponerlos en valor, con criterios de calidad, sostenibilidad y rentabilidad, buscando que nuestros clientes obtengan el mejor ROI posible.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

22.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas y voluntarias?

22.1. Información adicional

Desde el Comité de Dirección se realizan entrevistas y reuniones personales periódicas con los empleados, cada miembro de Comité trata esos temas con sus equipos y además Dirección General está siempre disponible para cualquiera y así se manifiesta. Existe un buzón de sugerencias y aportaciones para quien quiere usarlo, incluso con la opción de ser anónimo. También hay una herramienta digital interna, un canal de comunicación específico, para que cada uno pueda dejar sus aportaciones. también se ha utilizado encuesta de clima laboral.

Adicionalmente este año hemos realizado una evaluación psicosocial, a través del servicio de prevención, SPMas, con el objeto de ayudar a preservar la salud de las personas trabajadoras y a optimizar la gestión de la entidad

Igualdad de oportunidades y no discriminación

23.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual, cultura...)?

23.1. Información adicional.

Se promueve la formación y el desarrollo profesional para facilitar la promoción interna, cada año se hace una recogida de necesidades formativas en cada departamento, se confecciona el plan de formación anual, de forma que todos los emplead@s de cualquier género tenga su oportunidad

Existe una política de retribución salarial, recogida en convenio y una evaluación de objetivos individuales donde cada un@, sin discriminación de ningún genero, es valorado por su buen desempeño, Incluso colaboramos siempre con la Fundación Adecco en el Programa "Mas capaces" a través del cual trabajan con nosotros cada año personas con alguna discapacidad.

Tenemos también un buen Plan de Igualdad, que revisamos periódicamente. Así mismo

contamos con un Código Ético y de Conducta que recoge todos estos aspectos.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

24.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

24.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.

En el Convenio Colectivo se regulan diferentes acciones en esta materia que se incluyen en el art. 22 "Armonización de la Vida Laboral y Familiar". Adicionalmente el art. 13 regula una flexibilidad horaria de hasta 90 min.

Estamos en comunicación periódica con los empleados para atender sus necesidades en este ámbito y poner en marcha otras sugerencias al respecto.

Además contamos con parking para empleados, office climatizado, con microondas, maquina de café, maquina de vending de otros productos, etc. para comer allí y poder salir antes, home office, sala de lactancia, etc.

Queremos destacar que hemos incluido en nuestra nueva versión del Convenio, actualizado en 2023, la implantación del Teletrabajo, adaptándolo con flexibilidad a las necesidades de cada trabajador/a, incorporando todas las medidas necesarias y las mejoras propuestas por I@s mism@s trabajador@s , facilitado más la conciliación.

Hemos concluido la gestión del plan de teletrabajo, ampliación de las licencias de conexión segura en remoto a los sistemas de Feria, preparación de equipos portátiles para todo el personal y formación interna para la conexión y el desarrollo de la actividad en teletrabajo. La inclusión definitiva de esta opción en el nuevo convenio, ha sido muy bien recibida por todo el personal.

Formación y desarrollo profesional

25.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas y voluntarias?

25.1. Información adicional.

Cada año desde D.RRHH: se solicita a través de un cuestionario, a los distintos departamentos, que indiquen las necesidades formativas de cada miembro del equipo. Se tienen en cuenta la trayectoria profesional de cada empleado, para que esa formación vaya dirigida al desarrollo de su carrera profesional, conociendo sus carencias y sus potencialidades para el trabajo que desempeña. Se buscan las distintas ofertas que hay en el mercado para dar satisfacción a esas demandas, ya sea en formación in Company dentro de Feria para varios empleados que solicitan la misma, o bien en programas individualizados para necesidades particulares en otros centros formativos.

26.- ¿Cómo se gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

26.1. Información adicional.

Realizamos todas las propuestas que aparecen en este apartado:

-Con la incorporación de cada persona trabajadora se realiza formación relacionada con el desempeño del puesto de trabajo o tareas y de la actividad de la organización.

-Periódicamente se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo o de las tareas asignadas, en función de las necesidades de cada departamento y de cada función asignada.

-Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

-Para los mandos medios y dirección, la organización cuenta con un modelo de evaluación de desempeño que incluye el desarrollo de las personas en base a competencias. Estamos trabajando actualmente en ampliarlo al resto de la plantilla.

Este modelo de evaluación de desempeño se orienta al crecimiento personal y profesional de las personas

Seguridad y Salud

27. ¿Tiene implantado en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

27.1. Información adicional.

Disponemos de un servicio de prevención ajeno que cubre todas las especialidades. Se realizan reuniones periódicas con el comité de prevención en el cual están representados los trabajadores, donde se exponen sus inquietudes y se trazan los planes de prevención que se implantarán en el futuro. También periódicamente algunas personas reciben el curso sobre el uso del desfibrilador y primeros auxilios. Además de la formación periódica obligada en prevención, rotando el personal por los distintos aspectos.

Tenemos en nuestra página web, a disposición de las empresas que trabajan en el recinto y expositores, los protocolos de Coordinación de Actividades, procedimientos de trabajos a realizar y demás información necesaria para el cumplimiento de la ley de Seguridad y Salud, así como conseguir el mayor nivel de seguridad en todos nuestros trabajos.

Existen en la página web, de forma pública, los protocolos de salud y seguridad necesarios para los trabajadores y visitantes del recinto. También están instaladas físicamente en el recinto, las distintas indicaciones al respecto.

PROVEEDORES

Compras responsables

28.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

28.1. Información adicional.

Las compras más relevantes de Feria de Zaragoza se realizan a través de licitaciones públicas que garantizan la transparencia y la libre competencia de los proveedores que

deseen participar. En el pliego administrativo de dichas licitaciones incluimos la siguiente condición:

"El contratista está obligado al cumplimiento de las disposiciones vigentes en materia fiscal, laboral, de seguridad social, de integración social de personas con discapacidad, de prevención de riesgos laborales y de protección del medio ambiente que se establezcan tanto en la normativa vigente como en los pliegos que rigen la presente contratación. Asimismo está obligada al cumplimiento del convenio sectorial que resulte aplicable a las distintas prestaciones incluidas en el objeto contractual"

Antes de al adjudicación definitiva, comprobamos la documentación que soporta el cumplimiento de las condiciones anteriores , resultando descartada la posibilidad de contratar con Feria de Zaragoza si se incumplen. De la misma forma, en los criterios de valoración, puntuamos todas aquellas mejoras aportadas por el proveedor, incluidas, entre ellas, las sociales y/o medioambientales.

En compras menores no sujetas a licitación y siempre que las condiciones de calidad y servicios sean óptimas, optamos por proveedores locales que dinamicen la actividad económica y riqueza de la región.

La AFE (Asociación de Ferias de España) ha creado el "Sello de Proveedor Recomendado" dirigido a empresas que

focalizan sus servicios o productos en la actividad ferial y de eventos en general, y que se enfocan al cumplimiento de todos estos requisitos.

El procedimiento de obtención del SPR-AFE es llevado a cabo por una empresa independiente que evalúa si la empresa aspirante cumple estrictamente con todos los requisitos, incluyendo la visita de inspección técnica a sus instalaciones.

En la medida de lo posible procuramos enfocarnos a ese tipo de proveedores, aunque en ocasiones priman los criterios económicos, por encima de otros.

Clasificación y evaluación de proveedores

29.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales, ambientales y de proximidad?

29.1. Información adicional.

En los procesos de licitación y, ante igualdad de condiciones en el resto de aspectos, se utilizan como criterios de desempate la mayor aportación de medidas de responsabilidad social y medioambiental contenida en sus ofertas.

En líneas generales, realizamos la divulgación de las medidas de sostenibilidad entre nuestros proveedores y nuestros expositores como extensión de las buenas prácticas a nuestros grupos de interés. Así mismo fomentamos la responsabilidad entre clientes y visitante como parte de la cultura transmitida del evento.

Como hemos indicado anteriormente existe el Sello de Proveedores Cualificados que creó la AFE, Asociación de Ferias Españolas, entidad sin ánimo de lucro que se constituyó en 1964, cuenta con 35 miembros asociados y representa un 90% de la actividad ferial en nuestro país.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

30.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

30.1. Información adicional.

Relacionamos a continuación algunos de los proyectos en los que colaboramos:
Somos promotores del premio Torres Quevedo, acercando la universidad a la actividad profesional. Un premio con el que se reconoce la investigación y la creatividad de los estudiantes universitarios.
Estamos siempre abiertos a recibir las visitas colectivas de niños en edad escolar, y otros estudiantes.
Facilitamos la realización de prácticas formativas a los estudiantes de formación superior.
Colaboramos activamente con el Banco de Alimentos, facilitando también su almacenaje en nuestras instalaciones
Somos reconocidos como Empresa Socialmente Responsable por la Asociación de Empresas Solidarias de Aragón.
Colaboramos en la inserción laboral de discapacitados a través del programa MAS CAPACES de la Fundación Adecco
A través de la AECC, Atades y Cruz Roja donamos juguetes para niños.
Colaboramos también con UNICEF y Cruz Roja con una aportación económica anual.
Desde 2020 estamos en posesión del Sello RSA y RSA+
Somos también socios del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Tratamos de incorporar aspectos relacionados con los ODS que sugiere dicho organismo, teniendo presentes los compromisos de la Estrategia de Desarrollo Sostenible 2030.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

31.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con los fines y la estrategia de su organización?

31.1. Información adicional.

Son poco afines, pero procuramos promover y facilitar certámenes y eventos en esa dirección.
Invitar a los empleados a realizar acción social. La Entidad no tiene voluntariado, pero se fomenta con organizaciones que cumplen la ley del voluntariado y pueden colaborar.
Destacamos igualmente el trabajo realizado con respecto a la mujer en el ámbito laboral y en especial en el mundo rural y agro, a través de nuestro certamen de 2022 FIMA Mujer, que se continuará en las siguientes ediciones. Señalar que participamos en el Proyecto MujerAgro y estamos en posesión del Sello Mujer Agro. Dentro de este Proyecto visibilizamos a lo largo de todo el año a las empresas que están apostando por esta iniciativa RSC con una serie de acciones en RRSS, comunicación y entrevistas. El objeto principal de dicho proyecto es visibilizar y empoderar a las mujeres agroprofesionales, trabajando e impulsando desde una visión equitativa e igualitaria, con acciones de sensibilización al sector.

Para aportar más información al respecto decir que el Sello es una insignia que reconoce y visibilizada a aquellas empresas, instituciones, cooperativas, organizaciones agrarias, que llevan a cabo buenas prácticas en materia de igualdad y en favor de la igualdad real dentro del sector y toda la industria agroalimentaria.

Este sello Empresa por la Igualdad - MujerAGRO viene ligado con una serie de decisiones y apuestas de las corporaciones dentro de las acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Las entidades que obtienen este sello pasan a formar parte de la red Empresa por la Igualdad - MujerAGRO, donde el sello se convierte en un elemento gráfico distintivo, beneficiándose además de una serie de acciones llevadas a cabo por parte de la organización de MujerAGRO (comunicaciones, materiales gráficos, visibilización en la web de mujeragro.es?). Estamos orgullosos de estar en posesión del mismo.

Así mismo señalar el mantenimiento de misiones comerciales con países en desarrollo.

Por último, alineados con los objetivos de desarrollo sostenible de Naciones Unidas, nuestros recintos comunican el valor y la repercusión de nuestras prácticas sostenibles, nos convertimos en una institución ética y transparente frente a nuestro empleados/as y frente a la sociedad en general y acercamos a todos los ámbitos profesionales de nuestros eventos en esta responsabilidad común.

Haciendo uso de todos los canales a nuestro alcance: páginas web, redes sociales, news, pantallas informativas en sedes, entre otros

Transparencia con el entorno social de la organización

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas, voluntarias y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

32.1. Información adicional

Todos saben que pueden colaborar y colaboran con las asociaciones de voluntariado, Caritas, Asociación contra el Cáncer, y otras, también facilitan la acogida a la persona de Fundación Adecco que cada año colabora con nosotros,

Comunicación y fomento de buenas prácticas

33.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

33.1. Información adicional

Desde nuestro departamento de Comunicación se informa de todo aquello en lo que se puede participar. En la web también queda expuesto.

Notas de prensa y comunicación en redes de forma proactiva y adecuada.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

34.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el

impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

34.1. Información adicional.

Feria de Zaragoza es empresa productora de mezclas de residuos municipales en el CTRUZ (Complejo para Tratamiento de Residuos Urbanos de Zaragoza) con autorización número AR-II-31/2008/68/2009 para una cantidad estimada al año de 1.000 toneladas.

En la actualidad los residuos admitidos por el CTRUZ son los siguientes:

- a. Plásticos (envases ligeros de recogida selectiva)
- b. Otras fracciones no especificadas en otra categoría (envases ligeros de recogida selectiva)
- c. Residuos biodegradables (residuos de parques y jardines)
- d. Mezcla de residuos municipales
- e. Residuos voluminosos
- f. Residuos municipales no especificados en otra categoría (solo animales domésticos)

En el CTRUZ, aunque el acceso del residuo sea de ?todo uno? se produce una separación por productos para su posterior reciclado.

Compromiso frente al cambio climático

35.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

35.1. Información adicional.

En la actualidad tenemos implantadas acciones puntuales para conseguir una reducción en la generación de plásticos, papel y de los residuos generados en el recinto. Para ello se esta potenciando la digitalización de procesos, eliminación de botellas de PET y cambio por botellas de cristal y cartón.

Reducción y racionalización de los consumos adecuando instalaciones y prácticas de uso, tanto de energía como de otros recursos naturales como agua potable y papel, así como dirigiendo nuestras inversiones a descarbonización y hacia la compra de equipos más eficientes.

Entre otros la iluminación led que progresivamente vamos sustituyendo por los anteriores sistemas de iluminación, detectores de presencia en salas/zonas, dosificadores de caudal en grifos de aseos, sistemas inteligentes de control de climatización y alumbrado, para ajustar las necesidades reales a la ocupación, desconexión de alimentadores de corriente al final de la jornada, y configuración de equipos en modo ahorro de energía.

Economía circular

36.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

36.1. Información adicional

Principalmente desde nuestro Departamento Técnico tratamos de aplicar las 4 R en todas

aquellas situaciones que nos es posible: reducir, reutilizar, reparar y reciclar. Y principalmente fomentamos que nuestros proveedores los apliquen

Comunicación ambiental

37.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los diferentes grupos de interés?

37.1. Información adicional

Se realiza la misma a través de los canales habituales como la página web corporativa, newsletter a los grupos de interés, redes sociales y notas de prensa.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

38.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

-

Valoración Global

39.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

Puntos fuertes y áreas de Mejora

40.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Un punto fuerte en responsabilidad social: Conciliación vida familiar y personal y vida saludable

En Feria de Zaragoza nos preocupamos por fomentar la conciliación familiar y personal, así como hábitos de vida saludable centrados en la alimentación y el deporte. Compartimos las campañas del Ministerio de Sanidad y la Seguridad Social y buscamos fórmulas para la conciliación de vida personal y laboral, algunas de ellas recogidas en nuestro convenio propio. Nuestra nueva versión del convenio incluye también de forma clara el Teletrabajo

Nuestra entidad, pertenece al Programa de Solidaridad en la Empresa, de la AECC (Asociación Española Contra el Cáncer), Colaboramos en las actividades organizadas por la Asociación y promovemos sus campañas entre toda la plantilla. Acogemos también en la medida de lo posible, la mayoría de las propuestas que nos hace nuestro Servicio de Prevención.

41.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Gestión medioambiental: Exigir a nuestros proveedores la mejora en su oferta respecto a

este tema y poder guiarnos por esto y no por precio

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?