

RSA - PYMES

Empresa evaluada

**COMUNIDAD DE PROPIETARIOS COMPLEJO
INMOBILIARIO PUERTO VENECIA**

CIF:H99356974

Travesía Jardines Reales nº:7.

50021 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

COMUNIDAD DE PROPIETARIOS AMBITO FUNCIONAL AF3 PUERTO VENECIA

02 - Dirección - CP - Población

Travesía de los Jardines Reales, 7

50.201 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Comercio y Ocio

04 - Año comienzo actividad.

2008 Parque de Medianas

2012 Galería comercial

05 - Número de personas empleadas

13 personas

06 - Persona contacto

Yolanda Gimeno Gómez

Verónica Mainar Lozano

07 - E-mail contacto

yolanda.gimeno@cbre.com

veronica.mainar@cbre.com

08.- Página web

<http://www.puertovenecia.com/>

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)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Puerto Venecia se ve afectado y afecta directamente a las cuestiones siguientes:

- **Económicos:** Puerto Venecia en 2015 ofreció más de 600 nuevos empleos; actualmente son más de 5.400. Además el 98% de la SBA está comercializada. En el año 2022 se realizó un estudio con la colaboración de la Universidad de Zaragoza; en este se indicaba que la contribución de Puerto Venecia al PIB aragonés es de un 1%, siendo un 5% en el sector.

- **Políticos:** Puerto Venecia establece una línea de actuación, manteniendo un relación directa con las principales instituciones, además de colaboración en proyectos comunes.

- **Medioambientales:** Puerto Venecia está comprometido con el cuidado al medio ambiente y, por ello, en todas sus actividades está presente la preservación del mismo mediante sistemas de control, ahorro y reciclaje. Un compromiso con el que el Shopping Resort hace partícipe a todo el personal humano que trabaja o está relacionado con Puerto Venecia, incluyendo a sus clientes y proveedores. El complejo comercial se preocupa por el cuidado del medio ambiente, llevando a cabo una serie de acciones y procedimientos que respetan el mismo:

- 1) Desde el inicio del proyecto se ha tenido en cuenta el cuidado y respecto hacia el medio ambiente. La construcción y diseño del edificio ha sido concebido para ser respetuoso y sostenible.
- 2) Por otro lado, el 14% del consumo eléctrico del centro se realiza con placas fotovoltaicas. El complejo produce anualmente, a través de sus paneles fotovoltaicos, 500.000 kW de energía solar para abastecer sus instalaciones.
- 3) Además, Puerto Venecia se preocupa de buscar y contratar energía a empresas que también se rigen por estos principios de respeto hacia el medio ambiente, buscando que siempre sean 100% verdes, requisito imprescindible para la contratación de éstas.
- 4) Porcentaje de reciclaje de todos los residuos que se generan: 47% y trabajando para incrementarlo.
- 5) Energía solar térmica para la producción de agua caliente sanitaria.
- 6) Huella de CO2 nula, procedente de fuentes 100% renovables.
- 7) El edificio consume un 40% menos de energía que otros inmuebles de similares características.
- 8) Se ha reducido un 23% el consumo de agua potable desde el año 2016.
- 9) Puerto Venecia posee una plataforma propia gratuita de carsharing ?En tu coche o en el

mío? para promover la movilidad sostenible; de esta manera pone en contacto conductores y pasajeros y, así, poder compartir vehículo entre empleados y clientes.

10) Se dispone de 22 puntos de carga para automóviles eléctricos con el objetivo de fomentar el uso de los vehículos menos contaminantes, además de ofrecer plazas de parking con cargadores para patinetes eléctricos. En los próximos meses se van a incorporar 80 plazas de parking más para coches eléctricos.

11) Existen cargadores de patinetes eléctricos para clientes y empleados.

12) En 2023 se ha instalado una estación de carga fotovoltaica para bicicletas eléctricas.

Prueba de ello, y como resultado de todas estas acciones, el centro fue premiado con el LEED DE ORO (Líder en Eficiencia Energética y Diseño Sostenible). Además, el centro dispone del certificado de eficiencia energética, que representa información objetiva sobre las características energéticas de un inmueble. Por último, en el 2021 el centro consiguió la doble calificación excelente en el certificado BREEAM.

- Tecnológicos. El Shopping Resort apuesta por la innovación y se mantiene en vanguardia en cuestiones tecnológicas. El centro pone a disposición de los visitantes herramientas de última tecnología como son: pantallas de valoración en los aseos con la finalidad de recibir feedback de los clientes, y así ofrecer una mejora continua. Asimismo, Puerto Venecia se posiciona como un centro innovador a nivel global en retail experiencial. Uno de los principales canales de comunicación del centro con sus clientes es a través de herramientas digitales y redes sociales, donde se define una estrategia en línea y coherencia con los valores del centro, estableciendo una comunicación directa con todos los seguidores. Puerto Venecia tiene presencia en las principales redes sociales, siendo Facebook la más destacada con más 195.000 fans y con un engagement de 5,55%.

- Sociales. Puerto Venecia se preocupa tanto por los clientes del centro, que son tratados como invitados así como de los trabajadores. Además ha colaborado en los últimos años con más de 90 asociaciones. El año pasado se consiguió apoyar a diferentes proyectos con más de 100.000?. Los principios que guían Puerto Venecia son los siguientes:

1) Integridad: Actuar con honestidad y sinceridad en todo lo que se hace, construyendo así un sentimiento de confianza en el equipo.

2) Trabajo en equipo: Trabajo hacia un fin común, respetando las diferencias y trabajando sobre las fortalezas.

3) Reconocimiento: Nos aseguramos de que las necesidades de cada persona son apoyadas y reconocidas.

4) Anticipación: Nos anticipamos a las necesidades de los clientes, siempre atentos.

5) Innovación: Tenemos una mente abierta, retando a pensamientos convencionales.

6) Crecimiento continuado: Proveemos un ambiente donde todos podemos crecer.

7) Vanguardia: Atentos en todo momento para que cualquier avance tecnológico, proceso, servicio o elemento que sea susceptible de mejorar la calidad del trato que te damos pueda ser puesto en práctica.

8) Oferta comercial: Tenemos los mejores rótulos, los más nuevos y las nuevas enseñanzas internacionales que entran en España.

9) Imagen: Todos los equipos de Puerto Venecia llevan una uniformidad común..

10) Formación: Todos los equipos de Puerto Venecia reciben formación en atención al

cliente, así como una planificación de talleres de diversas temáticas e intereses destinados a todos los comercios del centro.

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

Si

2.1. Información adicional

Puerto Venecia ofrece más de 200,000 metros cuadrados, reuniendo mas de 200 firmas comerciales y, por consiguiente, un elevado número de empleados. Además, Puerto Venecia supone un atractivo para el turismo en Aragón, prueba de ello es que el Shopping Resort recibió más de 19 millones de visitas en 2019. Puerto Venecia se ha convertido en un importante punto de encuentro para los habitantes de Noreste de España. El Shopping resort reúne una selección de las mejores marcas tanto nacionales como internacionales: El Corte Inglés, Apple Store, IKEA, Leroy Merlin, Zara, H&M, Primark, Decathlon, C&A, Mango y Nike Factory, entre otros. El Gobierno de Aragón en 2014 concedió a Puerto Venecia la Placa al Mérito Turístico.

Además, Puerto Venecia se preocupa y cuida a sus clientes de una forma muy especial, y es que el centro se rige por una política y filosofía de una excelente Atención al Cliente. Puerto Venecia se incluye dentro de la categoría de Shopping Resort, puesto que está concebido para asegurar que las visitas se conviertan en experiencias únicas. Puerto Venecia está diseñado, ejecutado, comercializado y gestionado con el objetivo de causar un sinfín de experiencias.

Puerto Venecia es la suma de:

- Un diseño arquitectónico innovador: dobles fachadas de locales, calidad de materiales, iluminación especial, una zona de ocio y aventura, un canal que durante la época invernal se transforma en una pista de hielo natural al aire libre y un lago artificial navegable. Además, este año esta realizando una nueva zona exterior lúdica para niños y familias.
- Los mejores rótulos del mercado nacional e internacional.
- Un grupo humano que trabaja de cara al cliente que siente el orgullo de trabajar en Puerto Venecia y es capaz de entender el concepto de excelencia en la atención al cliente.
- Un alto compromiso con la comunidad.

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

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

3.1. Información adicional

Puerto Venecia colabora de manera continua con diferentes asociaciones, fundaciones y ONGs:

1. En las principales campañas designa una parte a RSC. Por ejemplo, en San Valentín se

colaboró con Menudos Corazones, para el Día de la Felicidad con la protectora Emanada, para San Jorge con El Hospital Miguel Servet, Fundación El Tranvía y AECC, etc.

2. A través del espacio solidario. Se cede gratuitamente para dar visibilidad, realizar captación de socios, conseguir recaudar fondos, etc.

El año pasado entre ambas acciones descritas, la cantidad con la que se apoyo los proyectos ascendió a 100.000?. Desde la apertura se han apoyado a más de 90 asociaciones.

3. Se realizan campañas de concienciación como El Día del Alzheimer, La Hora del Planeta, El Día del Síndrome de Down o La Hora Tranquila.

4. Se desarrollan acciones relacionadas con el planeta como El Día del Medioambiente, El día del Reciclaje, El Día de la Bicicleta, etc.

5. Buscamos servicios innovadores. Este año se ha instalado una estación solar para carga de bicicletas eléctricas y se ha colocado un punto de reciclaje de perchas para que los establecimientos puedan reciclarlas.

6. Se esta trabajando en la instalación de nuevos puntos de recarga para coches eléctricos.

7. Se continua trabajando en cambiar la iluminación a led en las zonas que falta.

8. Se esta llevando a cabo un estudio para paliar la sequía.

9. Se realizan actividades con los empleados como clases de yoga o teambuildings. Este año se desarrolló un desayuno a ciegas en colaboración con ONCE para concienciar a los empleados de las barreras a las que se enfrentan las personas invidentes.

10. Se esta trabajando en sacar un grupo de voluntariado para llevar a cabo proyectos sociales este año.

4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y medioambientales?

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

Además, Puerto Venecia tiene un compromiso con la sociedad y el medio ambiente; y por consiguiente con las organizaciones sociales y medioambientales, ofreciendo apoyo a éstas y poniendo a su disposición el Espacio Solidario. La colaboración principal con los organizaciones se hace mediante cesión de espacio gratuito, sirviéndolas como herramienta de comunicación directa con los visitantes, con el objetivo de que puedan dar a conocer sus proyectos y así alcanzar sus intereses.

También se hacen sinergias poniendo en contacto a unas con otras, y se ponen en marcha campañas de urgencia como "Un autobús por Ucrania" donde se consiguió enviar material y traer a 50 refugiados o La recogida para Siria y Turquía de material humanitario en la que se consiguió llevar 12 palets con diferente material.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión

específica de cada uno de ellos.

5.1. Información adicional

Además de tener identificados los stakeholders del complejo inmobiliario, se planifican una serie de acciones para cada grupo de interés.

Además, tenemos reuniones habitualmente para trabajar de la mano. El canal de comunicación es directo.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

6.1. Información adicional

Dentro del Plan de Marketing se analizan los diferentes grupos de interés teniendo en cuenta, los factores clave, la implicación y las acciones.

Gobierno de la organización

7.- 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?

Existe un código de conducta a disposición de todas las personas de la organización

7.1. Información adicional

Todos los trabajadores son recibidos en su primer día de trabajo y se les explica detenidamente la política y filosofía del Shopping Resort. Así mismo, se les entrega el Manual de Customer Experience que incluye los valores y filosofía del centro, además de incluir el objetivo principal de todos los trabajadores: "La atención exquisita al cliente". Del mismo modo, el folleto recoge las pautas de relación con el cliente y todos los servicios disponibles para los visitantes.

Puerto Venecia, debido a su tamaño y a la implicación intrínseca entre los equipos que trabajan en el complejo, define y desarrolla un Plan de Acogida y Seguimiento de todos los trabajadores, incluyendo responsables, que tiene como objetivo definir, desplegar y formalizar la formación y realizar el seguimiento de los trabajadores en cuestión de conocimiento de los valores del centro, desempeño de funciones y espíritu de Customer Experience. Para ello, se define una hoja de ruta para cada trabajador del centro, en función del equipo al que pertenece y de las labores a desempeñar (incluidos los jefes de equipo y equipo de Gerencia).

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

Sí, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

8.1. Información adicional

Puerto Venecia es un Shopping Resort, en constante evolución para ofrecer la excelencia a sus clientes, asegurando una experiencia cultural, comercial y de ocio apasionante para

todas las edades. Para que las empresas consigan el éxito, depende de alguna forma a su capacidad de adaptación a los cambios que se producen en su entorno y Puerto Venecia debe estar preparado para afrontar los nuevos retos y oportunidades que se presentan.

Dado que las plantillas de trabajo se componen de personal que pertenecen a diferentes empresas subcontratas, surge la necesidad de adaptar un plan de acogida y seguimiento para que la incorporación de los trabajadores se lleve a cabo de la manera más cómoda y ágil posible, siendo imprescindible adoptar procesos de formación y adaptación del lugar de trabajo.

El Plan de Acogida sirve de ayuda para realizar una gestión adecuada y planificada de la incorporación de los nuevos trabajadores, además de transmitirles la política y filosofía de Puerto Venecia de una forma individual.

Cabe destacar como beneficios del Plan de Acogida:

- Conocimiento de los valores, cultura y filosofía de Puerto Venecia por todos los miembros del equipo.
- Mejoramos la implicación e identificación del trabajador/a con Puerto Venecia.
- Fomentamos hábitos positivos entre el personal de la empresa que afectan a la actitud, motivación y comunicación.
- Reforzamos la imagen externa de la empresa al transmitir a los nuevos colaboradores signos de seriedad y organización y la apuesta por el valor personal de los individuos..
- Disponemos de un canal de Telegram para ofrecerles beneficios extras como sorteos, descuentos, etc.
- Realizamos Teambuildings y formaciones.
- Les entregamos una tarjeta de empleados con múltiples beneficios como descuentos en las tiendas.
- Cada mes lanzamos "el empleado del mes", donde reciben un premio por su trabajo.
- A final de año celebramos una gala con todos ellos, y los compañeros votan a un integrante de cada equipo para que se lleve un premio.
- Realizamos clases de Yoga mensuales para mejorar su bienestar.
- Disponen de pases especiales cuando viene un personaje especial para que vengan con sus hijos.

Plan de Responsabilidad Social

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

9.1. Información adicional

Desarrollamos diferentes acciones en materia de RSC. Hay una planificación anual, aunque también hay algunas acciones como colaboraciones de cesión de espacio con organizaciones no gubernamentales, que no se pueden detallar en un plan anual. En dicho plan se recogen los objetivos anuales, y se van evaluando la consecución de los mismos en los informes mensuales, trimestrales y memoria anual.

En el calendario anual pueden verse marcados días importantes como La Hora del Planeta o el Día del Medioambiente en los que siempre se realiza un guiño; cada trimestre se colabora con Donantes de Sangre y en cada campaña de marketing con alguna asociación teniendo así una parte social. También se han puesto en marcha acciones de visibilidad como el Día del Síndrome de Down o el del Alzheimer. Además, anualmente se colabora con un proyecto infantil a través de la venta de nuestro Zagazudo.

Puntualmente se van realizando otro tipo de colaboraciones que van surgiendo durante el año pero no están marcadas como tal en el calendario.

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

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ?.

10.1. Información adicional

Todas las acciones realizadas en el ámbito de Responsabilidad Social son plasmadas y recogidas en informes mensuales, En dichos informes se recoge la acción, la colaboración con otra organización (si la hay), el tipo de proyecto con el que se ha colaborado, resultado obtenido por la acción así como la colaboración económica del centro con la institución (si la hay).

CLIENTES

Satisfacción de cliente

11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

11.1. Información adicional

La satisfacción del cliente es uno de los factores principales por los que se rige Puerto Venecia. Para ello, el centro pone a disposición de sus visitantes varios canales de comunicación para que indiquen y valoren la satisfacción de su visita. Los canales de comunicación son tanto online como offline y el 100% de los comentarios recibidos son contestados. Todos los comentarios y valoraciones son analizados y sirven como elemento decisor en la actuación de ciertas cuestiones.

Por otro lado, también se realizan encuestas anuales tanto a los clientes como a los comercios para conocer su satisfacción con diversas áreas del centro. Además, ante eventos o promociones específicas también se lleva a cabo una encuesta para conocer el grado de satisfacción de la acción desarrollada. Puerto Venecia tiene un NPS del 92.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

12.1. Información adicional

Las mejoras se identifica a través de los canales de comunicación que el centro dispone: Punto de Atención al Cliente, WhatsApp, Web y Redes Sociales. En cuanto a la introducción de dichas mejoras en los procesos de la empresa, se realiza una comunicación a todos los responsables y jefes de cada equipo, donde se les explica detalladamente y se crea un nuevo procedimiento, si procede.

También recibimos mejoras a través de las encuestas anuales; en el caso de los establecimientos, vamos personalmente a atenderles y ponemos en marcha acciones.

Innovación en los productos y servicios

13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

13.1. Información adicional

El cliente tiene a disposición varios canales de comunicación con Puerto Venecia: Punto de Atención al Cliente, chat directo, formularios de valoración web, hojas de quejas y sugerencias, redes sociales, atención telefónica, mail y app. Todos los mensajes recibidos por los clientes son valorados y estudiados. Es decir, siempre que el cliente aporta una nueva sugerencia sobre la demanda de algún servicio, comercio o evento; se redirige al departamento que corresponda y se valora su viabilidad. En caso de recibir algún comentario o sugerencia sobre algún comercio en concreto, se redirige al establecimiento para que ellos puedan gestionar la petición de sus clientes. Además, se realizan encuestas sobre el shopping resort, no solo genéricas sobre el centro, sino que en la organización de eventos siempre se realizan encuestas para conocer el feedback de los participantes. Por otro lado, anualmente se realizan estudios de mercado con encuestas cuantitativas y cualitativas, donde se conoce con una mayor muestra la respuesta de los clientes del centro. Además, se realizan técnicas de focus group para el estudio de nuevos proyectos para desarrollar en el centro.

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

14.1. Información adicional

Siempre se valoran todos los ámbitos antes de poner en marcha un nuevo servicio. Por ejemplo, actualmente estamos trabajando en nuestro servicio Dogfriendly. Hace unos meses, se instalaron nuevas fuentes de agua para que puedan usarlas ellos también. Antes de tomar la decisión final se tuvieron en cuenta los consumos, para que fueran lo más eficientes posibles. También buscaron vallas para una zona infantil, y estas se

eligieron teniendo en cuenta el material reciclado. Por último, para instalar la estación de carga de bicicletas eléctricas, también se vieron opciones, y se eligió la opción que disponía de placas solares.

15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

15.1. Información adicional

El servicio posventa se ofrece a los operadores, como arrendatarios del complejo inmobiliario, donde un departamento exclusivo se dedica a la gestión y a la relación directa con los mismos. A su vez, se hace un seguimiento de la calidad del servicio ofrecido y apoyándoles con iniciativas con cursos y talleres exclusivos dirigidos a los comercios con objetivos como: potenciar ventas, mejorar imagen de marca, relación con clientes, etc... Además, se les ofrece apoyo a través de las herramientas y canales de comunicación de Puerto Venecia.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

16.1. Información adicional

Puerto Venecia tiene una relación basada en la transparencia y claridad con todos sus operadores. El contrato de operadores posee información real, sin omitir ningún aspecto: se incluyen todas las cláusulas, penalizaciones,.. Además, cada operador recibe el Manual del Reglamento de Régimen del Interior así como el Manual del Operador, un documento que reúne toda la información útil y detallada.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica

17.1. Información adicional

Anualmente se realizan encuestas de clima laboral con el objetivo de llevar a cabo una evaluación sobre la satisfacción de los empleados de los equipos de Puerto Venecia. Además, se llevan a cabo reuniones semanales con todos los jefes de equipo para coordinar y tratar asuntos sobre la atención al cliente y relación laboral. Por otro lado, para fomentar el trabajo en equipo y desarrollar sentimiento de pertenencia, se realizan acciones de teambuilding, actividades especiales con las familias de los empleados o clases de Yoga. También entregamos detalles a modo de agradecimiento en momentos puntuales del año (aniversario, acción navideña solidaria, etc). Todas las sugerencias recibidas por los empleados en las encuestas de clima laboral son estudiadas y valoradas, aunque algunas

no pueden ser implantadas ya que no es personal propio de la Comunidad de Propietarios de Puerto Venecia.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿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 o cultura)?

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

18.1. Información adicional.

Aunque los empleados no dependen de la Comunidad de Propietarios, sino de empresas externas a las que se les otorga el servicio mediante concurso. En el pliego de condiciones de cada licitación se describen el perfil de los empleados para cada puesto, rigiéndose por el Principio de Igualdad de Oportunidades.

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

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

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

Los empleados del equipo de Puerto Venecia, no dependen contractualmente de la Comunidad de Propietarios; sino que se trata de subcontratas. Los cuadrantes se realizan mensualmente buscando un horario que se ajuste a todos trabajadores a la hora de organizar los turnos. Por otro lado, para premiar a los empleados y sus familiares se organizan acciones exclusivas, En cuanto al equipo de Gerencia, hay flexibilidad horaria de entrada y salida (dentro de un rango de horas). Además, al igual que otros trabajadores del centro, también disponen de especiales ventajas para eventos exclusivos con familia.

Formación y desarrollo profesional

20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

20.1. Información adicional.

A través de las encuestas de clima laboral, se conocen las solicitudes de formación de los empleados del centro (los equipos de Puerto Venecia). Posteriormente, se evalúan las solicitudes y sugerencias de formación y se llevan a cabo siempre y cuando sea una formación útil para todos los empleados. La solicitud de formaciones más técnicas y específicas se llevan a cabo por las subcontratas, ya que el personal no es empleado directo de la Comunidad de Propietarios. En cuanto a los trabajadores de los comercios se envían encuestas sobre sugerencias y se realizan talleres y mini cursos que les sirva como una herramienta para potenciar las ventas, mejorar la imagen, dar visibilidad a sus negocios a través de herramientas digitales, etc... Todos los cursos reciben una evaluación posterior para analizar los resultados, así como satisfacción de los participantes en el curso. Además, en los últimos años se han realizado varios cursos de la mano de las asociaciones con las que trabajamos, que pueden ayudar a los empleados tanto personal como profesionalmente. Como ejemplo una charla-taller de primeros auxilios con Menudos Corazones, otra de trato adecuado a personas con discapacidad junto a Eurofirms y próximamente daremos una sobre como atender a personas con autismo de la mano de FESPAU.

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

La organización cuenta con un modelo de evaluación de desempeño que incluye el desarrollo de las personas en base a competencias.

21.1. Información adicional.

Aunque los empleados no son contratados por La Comunidad de Propietarios, en el pliego de las condiciones de las subcontratas se establece este punto. Por otro lado, Puerto Venecia siempre realiza formaciones como hemos comentado de interés con la ayuda de asociaciones para ayudar a la comunidad y proporcionar herramientas a los equipos. Por ejemplo, este año se desarrollará una sobre el autismo.

Seguridad y Salud

22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, se hace seguimiento periódico de los casos de enfermedad laboral y de accidentes de trabajo a través de un registro de los mismos segregado por sexos, por categorías profesionales y por puestos de trabajo, con la finalidad de introducir nuevas medidas para reducir la siniestralidad y optimizar la salud laboral.

22.1. Información adicional.

Como hemos comentado, los empleados no pertenecen a La Comunidad de Propietarios, y aunque sus empresas velan por este punto, desde Puerto Venecia también se realiza un seguimiento.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

23.1. Información adicional.

Se colabora con proveedores que tienen políticas similares a la nuestra y son respetuosos con ambos ámbitos.

Además, como hemos comentado en otros puntos, siempre intentamos buscar ese punto diferencial en los servicios que ofrecemos o productos que adquirimos.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

24.1. Información adicional.

Además del punto anterior, siempre que nos es posible se valora la responsabilidad social en el proveedor y su actividad.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

25.1. Información adicional.

Los proyectos sociales que se realizan en Puerto Venecia, siempre son afines a la cultura y valores de la empresa. En caso de ser organizadas o respaldadas por una ONG o fundación, también se busca que los valores de la organización sean coherentes y en línea con la cultura del Shopping Resort. Todas las acciones se evalúan, se planifican y coordinan, se comunican y, por último, se hace un seguimiento de los resultados e impactos tanto en el público como en los medios utilizados para su comunicación.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto y con planes de acción específicos

26.1. Información adicional.

Todos los proyectos sociales que se realizan son planificados a corto y largo plazo. Todas las acciones planteadas son respaldadas por fundaciones y organizaciones no gubernamentales que presentan valores y una cultura en línea con los de Puerto Venecia. Por ejemplo, el Día Mundial del Medio Ambiente se desarrolló una campaña específica para concienciar a todos los clientes de la importancia de la prevención de incendios. Del mismo modo, nos unimos con las asociaciones en la celebración de días señalados como por ejemplo Día Internacional Contra El Cáncer de Mama, Día internacional del Autismo, Día Internacional del Alzheimer o la Hora del Planeta.

También cuando entregamos detalles a nuestros empleados en algún día señalado lo hacemos de la mano de asociaciones; por ejemplo, para el Día de la Felicidad se entregaron pulseras contra el cáncer de AECC o plantas de la mano de Gardeniers para el Día del medioambiente.

Transparencia con el entorno social de la organización

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

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

27.1. Información adicional

Se llevan a cabo diversas acciones sociales con respaldo de ONGs. Las acciones más relevantes han sido:

- 1) La campaña de Navidad, donde se invitaba a los clientes a colaborar con una donación como requisito para participar en La Pasarela de Los Deseos en colaboración con FESPAU.
- 2) Colaboración con Fundación Atención Temprana con la venta de nuestro Zagazudo.
- 3) Colaboración en la campaña A Todo Trapo de Cáritas.
- 4) Colaboración con ASPACE y El Hospital Miguel Servet donando las salas de descanso antiguas.
- 5) Donaciones recurrentes a través de las campañas principales.

Se realizan muchas acciones sociales aunque a veces no directamente con ONGs si no con asociaciones como es el caso de FARPAR para la vuelta al cole.

Además, disponemos de un Espacio Solidario. Puerto Venecia Zaragoza creó un espacio diseñado y dedicado exclusivamente para la disposición y difusión de los proyectos solidarios de las organizaciones, fundaciones o asociaciones. El primer Espacio Solidario de Aragón. Un lugar de encuentro para todas las organizaciones y entidades sin ánimo de lucro que deseen dar a conocer sus iniciativas a los visitantes del Shopping Resort. Puerto Venecia, como parte de su compromiso social corporativo, pone a disposición de todas las entidades y organizaciones este espacio, el espíritu solidario del centro.

Se trata de un espacio permanente ubicado en Planta Alta de The Gallery que cuenta con una zona para la atención personal y un soporte digital que permite proyectar imágenes, creatividades y/o videos. La gestión de dicho espacio, se realizará a través de reserva online. Los interesados deberán cumplimentar el formulario que se encuentra en la parte inferior de la página e indicar las fechas de reserva.

En todas estas acciones la colaboración principal es en materia de recaudación de fondos donde se colabora con la organización y comunicación de las acciones.

Todas las acciones relevantes en materia social, siguen un plan de comunicación tanto interna como externa. La comunicación externa, se realiza a través de Web, App, directorios táctiles, notas de prensa,... En todo este tipo de actividades se hace una comunicación extensiva a todos los empleados para fomentar la participación en la acción y, en algunas de ellas, Puerto Venecia hace una donación directa a las organizaciones.

Los resultados de las acciones se recogen en informes y se comparten con todos los trabajadores de los equipos, incluso las actividades más relevantes son recogidas en una newsletter dirigida a todos los trabajadores del centro. Además, cuando se realizan donaciones se publica una nota de prensa con la foto de la entrega o se comunica en medios como RRSS para que los clientes puedan verificar que se ha realizado la entrega.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

28.1. Información adicional

Todas las acciones desarrolladas en materia social siguen un plan de comunicación. Todas las actividades son comunicadas a través de los canales digitales del centro: web, app, directorios táctiles, agendas mensuales y otros soportes del centro. Además, también se envía nota de prensa a los medios y en función de la importancia de la acción, se hace una convocatoria de medios. Siempre se mide la repercusión de dicha comunicación en los diferentes medios: control de publicity, clipping e impactos totales y en materia de redes sociales y web: alcance y visualizaciones así como "likes", comentarios y compartidos.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

Se evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

29.1. Información adicional.

Las actividades de gestión ambiental son recogidas en el business plan, donde se incluyen los objetivos a conseguir con dichas acciones. Del mismo modo, mensualmente se elaboran informes que recogen las actividades llevadas a cabo, así como los objetivos de dichas acciones y los resultados obtenidos. Por otro lado, se lleva un exhaustivo control de los consumos de agua y luz y los indicadores de reciclaje. Además, dentro de los contratos con los operadores y subcontratas se incluye una cláusula de gestión ambiental.

Puerto Venecia cuenta con certificado de eficiencia energética o certificado energético. Un documento oficial redactado por un técnico competente que incluye información objetiva sobre las características energéticas de un inmueble. En este sentido, la certificación energética califica energéticamente un inmueble calculando el consumo anual de energía necesario para satisfacer la demanda energética de un edificio en condiciones normales de ocupación y funcionamiento. (incluye la producción de agua caliente, calefacción, iluminación, refrigeración y ventilación).

Del mismo modo, el shopping resort cuida y respeta el medio ambiente llevando a cabo las siguientes acciones:

- Contratación de energía en Baja y Media Tensión con Huella CERO de CO2.
- Participación en acciones medioambientales como La Hora del Planeta
- 47% del reciclaje de todos los residuos que se generan.
- Huella CO2 nula. Procedente de fuentes 100% renovables
- 14% Consumo eléctrico se realiza a través de placas fotovoltaicas
- Contratación de energía a empresas 100% verdes
- El edificio consume un 40% menos de energía que otros inmuebles de similares características.
- Se ha reducido un 23% el consumo de agua potable desde el año 2016.
- Puerto Venecia posee una plataforma propia gratuita de carsharing ¿En tu coche o en el mío? para promover la movilidad sostenible; de esta manera pone en contacto conductores y pasajeros y, así, poder compartir vehículo entre empleados y clientes.
- Se dispone de 22 puntos de carga para automóviles eléctricos con el objetivo de fomentar el uso de los vehículos menos contaminantes, además de ofrecer plazas de parking con cargadores para patinetes eléctricos. En 2023 se prevé tener 80 plazas más.
- También se cuenta con 2 parkings de patinetes eléctricos y este año se ha colocado con una estación solar para recarga de bicicletas eléctricas.
- Se ha realizado una colaboración con El Bosque de los Zaragozanos para plantar almendros en la ciudad y se ha participado en la iniciativa bancos de color en el Parque José Antonio Labordeta con el banco de la naturaleza, en colaboración con el Ayuntamiento de Zaragoza.
- Incentivamos la cultura a través de nuestro servicio Visitas Botánicas, donde las familias pueden descubrir las especies del centro.
- Disponemos de varios puntos limpios para clientes y locales. En el caso de los establecimientos, este año se ha colocado un nuevo contenedor de perchas adicional al que se añadió el año pasado.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso

público de la organización para prevenir la contaminación?

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

30.1. Información adicional.

Se lleva a cabo un plan a largo plazo y se está desarrollando un plan a nivel ESG (Environmental, Social and Governance).

Anualmente realizamos muchas campañas de concienciación social como las citadas en otro punto: La Hora del Planeta, una acción promovida por la WWF que tiene como objetivo promover la concienciación social sobre el cambio climático en la sociedad. Dicha acción tiene como misión concienciar a la sociedad sobre el cambio climático. El Día del Medioambiente, cada año con una causa, etc.

Además, de que el centro trabaja desde sus inicios por La Huella de Carbono.

También disponemos de servicios como las Visitas Botánicas, una actividad gratuita infantil donde los más pequeños pueden conocer las curiosidades de las más de 50.000 plantas, arbustos y árboles vegetales que albergan en Puerto Venecia. Una actividad didáctica que, una vez más, tiene como objetivo la concienciación medioambiental de los grupos de interés.

Este año con el problema de la sequía también se ha realizado un plan de acción. Acciones diarias que ayudan poco a poco a mejorar este punto.

Economía circular

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

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

31.1. Información adicional

Como comentábamos anteriormente, solo se usa energía verde. Además, el centro tiene varios puntos de reciclaje en el centro para clientes (pilas, pequeño electrodoméstico, tapones, ropa, etc) y otros puntos para reciclaje de operadores (cartón, vidrio, plástico, perchas, etc) para ayudar en la economía circular. Por ejemplo, el agua de lluvia se emplea para el riego y el agua de las duchas de los empleados se utiliza para los inodoros.

Por otro lado, no podemos actuar en los establecimientos que forman parte del centro directamente, si se promueve la colaboración para fomentarla; por ejemplo, se les pone en contacto con empresas que ayudan a la economía circular para que puedan realizar acuerdos como por ejemplo, el desperdicio alimentario con Too Good to Go.

Comunicación ambiental

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

Se comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por

diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

32.1. Información adicional

Se comunican a los propietarios a través de informes donde se recogen las prácticas medioambientales junto con los resultados/beneficios obtenidos por las mismas.

Además, en la página web, directorios táctiles y televisores de Puerto Venecia se presenta una sección exclusiva de sostenibilidad donde se recogen las actuaciones en materia medioambiental como por ejemplo el certificado energético del edificio.

Además, se fomenta a través del canal de Telegram con nuestros empleados; por ejemplo participaciones en carreras, sorteo de dorsales, o apoyo a acciones como la de WFF para conseguir entre todos los pasos suficientes para cumplir el reto propuesto.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

33.- 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)

- 1 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 2 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 3 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 4 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 5 - Capacitar a las personas de la empresa
- 6 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 7 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 8 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 9 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 10 - Disponer de presupuesto

Valoración Global

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

9

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

- Construcción y diseño del edificio respetuoso y sostenible.
- Puerto Venecia consiguió la prestigiosa certificación medioambiental LEED (Líder en Eficiencia Energética y Diseño Sostenible), sistema a escala mundial que evalúa la sostenibilidad de los edificios desde su fase inicial, en su categoría Gold. También en 2021 el sello BREEAM con sobre calificación Excelente.

- 47% de reciclaje de todos los residuos que se generan.
- Huella CO2 nula. Procedente de fuentes 100% renovables.
- El valor total estimado de colaboración con asociaciones, fundaciones y ONGs fue de 107k? en 2019, 35k? en 2020, 58k en 2021 y 104K en 2022.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

- Mejora de prácticas de ahorro energético y sostenibilidad.
- Incrementar porcentaje de reciclaje frente al actual.
- Mejorar el tratamiento de los residuos.
- Incrementar el número de colaboraciones con ONGs, superando la estimación de importe económico conseguido el año anterior.
- Estudio para la obtención de nuevos certificados gestión sostenible.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

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

Si

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

- ODS 1. Fin de la pobreza.
- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 14. Vida submarina
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.