



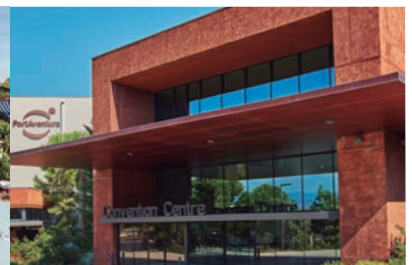
# INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

# 2017



HOTELES

PARQUE TEMÁTICO



PARQUE ACUÁTICO

CONVENTION CENTRE



GOLF

BEACH CLUB





INFORME  
DE RESPONSABILIDAD  
CORPORATIVA 2017  
DEL GRUPO PORTAVENTURA





# ÍNDICE

4

Acerca del informe

6

Presentación

10

Lo más destacado de 2017

14

PortAventura World uno de los Parks & Resort familiares líderes de Europa

26

La responsabilidad corporativa, un compromiso a largo plazo

38

Compromisos sociales

84

Compromisos ambientales

102

Compromisos económicos

114

Índice de contenidos de GRI

138

Tabla de contenidos del Pacto Mundial





## ACERCA DEL INFORME

### Alcance y cobertura

Desde el año 2008, PortAventura World publica anualmente su *Informe de responsabilidad corporativa*, mediante el cual presenta los resultados de su desempeño en los ámbitos económico, ambiental, social y de buen gobierno. Esta edición del informe corresponde al ejercicio 2017, que se extiende del 1 de enero al 31 de diciembre.

Este informe cubre el 100 % de la cifra de negocio, abarcando las actividades de PAESA Entertainment Holding, S.L.U., la sociedad cabecera del Grupo Port Aventura, formado por las siguientes sociedades dependientes: PortAventura Entertainment, S.A.U. (explotación de parques temáticos, hoteles y centro de convenciones); Port Aventura Viajes, S.A.U. (agencia de viajes); Hotel Caribe Resort, S.L. (explotación hotelera); PAESA Development, S.A.U. (explotación de parques temáticos, hoteles y centro de convenciones), que es una sociedad nueva de 2017, y la Fundación PortAventura (entidad independiente).

La gestión de la responsabilidad corporativa y la función de coordinación del informe recaen directamente en la Dirección de Servicios Centrales (Responsabilidad Corporativa), la cual cuenta con la participación directa de responsables de diferentes áreas de gestión, que aportan la información necesaria para elaborarlo.

### Estándares de referencia

El informe ha sido elaborado de acuerdo con los siguientes marcos de referencia en la materia: los estándares de la GRI y otra documentación complementaria vinculada (especificaciones sectoriales para hoteles, restaurantes y servicios de ocio turísticos de la publicación *Sustainability Topics for Sectors: What do Stakeholders Want to Know?*), los principios del Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Para el análisis de materialidad, se ha seguido el estándar de relación con los grupos de interés AA1000SES (2015) de AccountAbility.

### Verificación externa

La entidad auditora seleccionada para llevar a cabo la revisión externa de la información contenida en el informe de acuerdo con los estándares de la GRI ha sido TÜV Rheinland. El *Informe de responsabilidad corporativa* y el certificado emitido están disponibles en el siguiente enlace: <http://www.portaventuraworld.com/nuestro-compromiso>

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

**Choni Fernández,**  
Directora de Servicios Centrales







# PRESENTACIÓN



# Carta del presidente del Comité Ejecutivo

Nos complace presentar un año más el *Informe de responsabilidad corporativa* de PortAventura World, en el que ofrecemos una visión completa del desempeño, los compromisos y los valores que nos identifican y guían. Como novedad, esta edición del informe ha sido elaborada según los estándares de la GRI, la última versión del marco de la Global Reporting Initiative para la elaboración de este tipo de documentos.

PortAventura World Parks & Resort mantiene su compromiso con los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la mayor iniciativa internacional de responsabilidad social empresarial, y con la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que hemos incorporado a nuestra estrategia empresarial. En 2016, nos adherimos al Código Ético Mundial para el Turismo de la Organización Mundial del Turismo y, en 2017, nos sumamos al Año Internacional del Turismo Sostenible.

Somos conscientes de que no hay futuro sin un presente responsable, por ello, seguimos impulsando iniciativas en línea con una decidida apuesta por un futuro sostenible. Es en este contexto que nos marcamos objetivos de responsabilidad corporativa, a corto, medio y largo plazo, orientados a nuestros grupos de interés. Para los clientes, seguimos avanzando en la digitalización del Resort, además de seguir trabajando en la implantación de la norma ISO 22000 de seguridad alimentaria e impulsar acciones para reducir el despilfarro alimentario. Para los empleados/as, apostamos por ser una empresa saludable, solidaria a través del voluntariado corporativo y otras iniciativas, y con una movilidad sostenible. Homologar el 100 % de nuestros proveedores mediante criterios ambientales y sociales y aumentar el número de auditorías de seguridad alimentaria son algunos de los objetivos que nos hemos marcado para nuestra cadena de suministro. Aumentar el número de participantes

en los eventos propios de la Fundación PortAventura con el fin de incrementar las donaciones, e iniciar un proyecto para el aprovechamiento alimentario son objetivos que nos permitirán crecer en la acción social que llevamos a cabo en nuestro entorno más cercano. Por último, en el ámbito ambiental, principalmente centramos nuestros esfuerzos en reducir los residuos que generamos, así como la electricidad y el agua que consumimos.

Si hay dos palabras destacadas que marcan el 2017, estas son Ferrari Land. El nuevo parque contribuirá a internacionalizar aún más el Resort, atrayendo visitantes de nuevos mercados, que se sumarán a los ya consolidados del Reino Unido, Francia y Rusia. En su primer año de vida, Ferrari Land ya ha sido visitado por más de 700.000 personas y, gracias a su apertura, PortAventura World ha rozado los 5 millones de visitas en 2017. En este punto, es importante recordar que en los últimos años hemos desarrollado un plan de expansión con una inversión superior a los 400 millones de euros, lo que nos ha permitido consolidar el Resort como un destino turístico de referencia internacional.

Cabe destacar también que Cirque du Soleil ha vuelto este año a PortAventura World y que, gracias a ello, somos el único resort europeo que ofrece un espectáculo de esta famosa compañía, que ha revolucionado el mundo del circo. Cerca de 60.000 personas han podido disfrutar de su espectáculo *Varekai*, que cuenta la historia del mito griego de Ícaro.

La Fundación PortAventura sigue siendo el motor de nuestra acción social e impulsa proyectos solidarios con un impacto real en la calidad de vida de pequeños y jóvenes con enfermedades, personas con diversidad funcional y personas con necesidades económicas en riesgo de exclusión. Además, este año hemos extendi-

do la accesibilidad al ocio acogiendo en nuestros hoteles a familias con niños que padecen enfermedades graves. Esta iniciativa va a tener un desarrollo a una escala mucho mayor y se convertirá en el gran proyecto de la Fundación PortAventura en 2019. Es también destacable la puesta en funcionamiento de una parte de la nueva UCI pediátrica del Hospital Sant Joan de Déu, financiada en parte por la Fundación PortAventura, en el marco del acuerdo firmado en 2015 con el centro hospitalario.

El 2017 ha sido un año especial para PortAventura World. Nos sentimos orgullosos de crecer y de que nuestros clientes, nuestra plantilla y nuestros proveedores crezcan con nosotros. El esfuerzo, la perseverancia y el compromiso son valores imprescindibles para alcanzar grandes objetivos. Queremos seguir creciendo de forma sostenible con la certeza de que aportar valor a la sociedad y a nuestro entorno es la mejor recompensa posible. Sin embargo, no queremos conformarnos con los logros ya alcanzados, queremos ser ambiciosos y estar preparados para afrontar los retos que nos depara el futuro.



**Sergio Feder**  
Presidente del Comité Ejecutivo





**LO MÁS DESTACADO  
DE 2017**





PARKS & RESORT

PortAventura World inaugura Ferrari Land, el tercer parque temático del Resort.

PortAventura World se suma al Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, una iniciativa de las Naciones Unidas.

Entra en funcionamiento una parte de la nueva UCI pediátrica del Hospital Sant Joan de Déu, financiada por la Fundación PortAventura.

Extendemos la accesibilidad al ocio acogiendo a familias de pequeños con cáncer en los hoteles de PortAventura World.

Cirque du Soleil vuelve a PortAventura World con el espectáculo Varekai.

**GRUPO PORT AVENTURA WORLD**



4,7

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



1,1

Millones de pernотaciones en hoteles



68.782

Participantes en PortAventura Convention Centre



259

Eventos en PortAventura Convention Centre

**ECONOMÍA**



235

Millones de euros de facturación equivalente



109

Millones de euros EBITDA

**CLIENTES**



4,2/5

Valoración global del día en PortAventura Park



82 %

Visitantes valoran su vista a PortAventura Caribe Aquatic Park como excelente o muy buena



85 %

Visitantes que seguro o probablemente recomendarían la visita a Ferrari Land



52 %

Cientes internacionales en hoteles del Resort



853

Mil seguidores/as en las redes sociales

**EQUIPO HUMANO**



3.007

Empleados/as en agosto (personal propio)



1.925

Plantilla media anual (personal propio)



958

Plantilla media anual (personal externo)



75 %

Plantilla con contrato indefinido



66 %

Mujeres en plantilla

**PROVEEDORES**



1.048

Proveedores



81 %

Proveedores nacionales

**FUNDACIÓN PORTAVENTURA**



1,02 €

Millones de euros. Total de ayudas concedidas por la Fundación PortAventura

**MEDIO AMBIENTE**



0,67 t

Residuos generados por cada 1.000 visitas-pernотaciones



8,40 MWh

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



57,31 m³

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



1,27 t CO<sub>2</sub> eq.

Emisiones de gases de efecto invernadero por cada 1.000 visitas-pernотaciones



3,85 t CO<sub>2</sub> eq.

Emisiones de gases de efecto invernadero por plantilla media





**PORTAVENTURA WORLD  
UNO DE LOS PARKS & RESORT  
FAMILIARES LÍDERES DE  
EUROPA**



# Ferrari Land, un nuevo parque de referencia internacional

En abril de 2017, tuvo lugar la inauguración de Ferrari Land, el tercer parque temático del Resort, con una superficie de 7 hectáreas dedicadas al mundo del motor y al estilo de la marca ideada por Enzo Ferrari. Está formado por 11 atracciones que evocan la velocidad y el futurismo, además de 5 puntos de restauración, 2 tiendas y una gran variedad de espectáculos y juegos, como Pole Position Challenge.

llegar a la meta del liderazgo turístico mundial. Situado en una ubicación privilegiada entre Salou y Vila-seca (Tarragona), actualmente el Resort cuenta con dos parques temáticos (PortAventura Park y Ferrari Land), un parque acuático (PortAventura Caribe Aquatic Park), cuatro hoteles de 4 estrellas, un hotel de 5 estrellas (PortAventura Hotels) y un centro de convenciones (PortAventura Convention Centre). En su oferta se incluyen también 3 campos de golf y un *beach club* con acceso directo a la playa.

Con este nuevo parque, PortAventura World Parks & Resort pisa el acelerador del complejo a fondo para

**Con más de 100 millones de inversión, Ferrari Land es el mayor proyecto jamás realizado por la compañía a lo largo de sus 21 años de historia.**

**En 2017, Cirque du Soleil ha vuelto a PortAventura World para sorprender a grandes y pequeños con el espectáculo Varekai.**



PortAventura Park	PortAventura Caribe Aquatic Park	Ferrari Land	PortAventura Hotels	PortAventura Convention Centre
-------------------	----------------------------------	--------------	---------------------	--------------------------------

Con la apertura de Ferrari Land, el número de visitas sigue creciendo y llega casi a los 5 millones anuales

Más de 1 millón de pernoctaciones

259 eventos celebrados



+21 %

Visitas a los parques



+12 %

Habitaciones ocupadas



+15 %

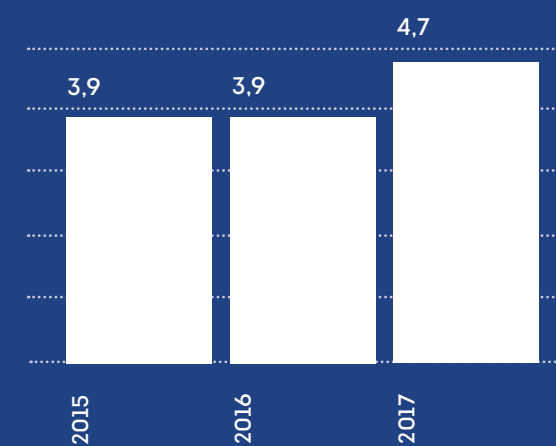
Eventos celebrados en PortAventura Convention Centre



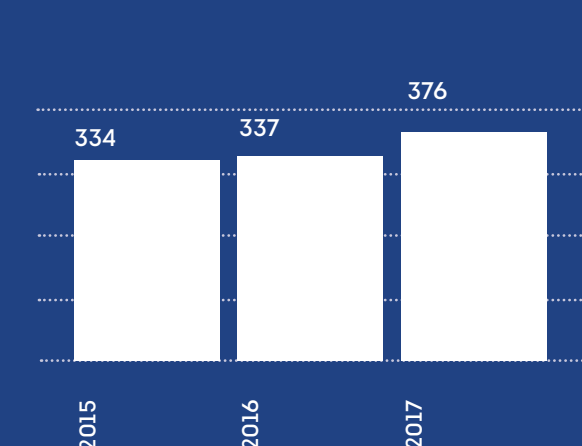
+700.000

Visitas en el primer año de Ferrari Land

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

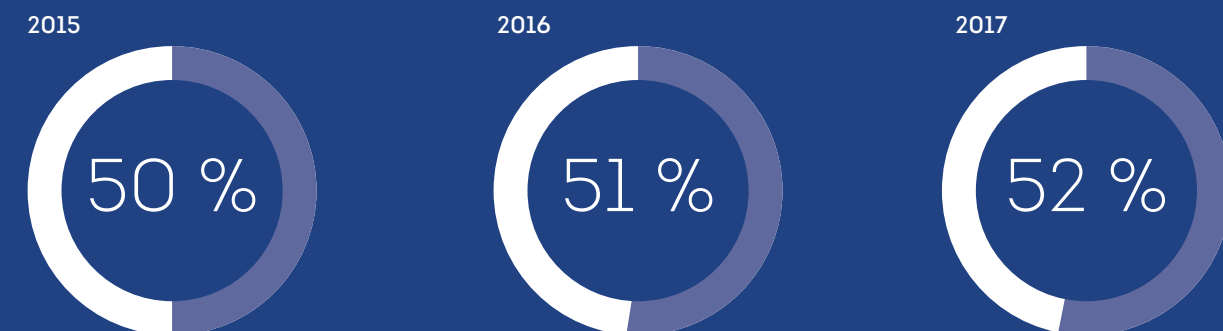


MILES DE HABITACIONES OCUPADAS



(1) Incluye los asistentes de Cirque du Soleil en 2015 y 2017, así como las visitas a Ferrari Land en 2017.

CLIENTES INTERNACIONALES EN HOTELES



**Actualmente, el Resort es uno de los mayores destinos de vacaciones y ocio familiar.**





**Más de 50.000 asistentes ya han disfrutado de Revolution, un musical premiado por cuarta vez consecutiva como el mejor espectáculo en un parque de ocio europeo por la comunidad europea Worldofparks.eu.**

## Reconocimientos que nos avalan



**Mejor parque de ocio de Europa para PortAventura World 2017 y segundo mejor nuevo parque de ocio de Europa para Ferrari Land 2017**  
Comunidad europea Worldofparks.eu



**Mejor espectáculo en un parque de ocio europeo para Dance Revolution 2017**  
Comunidad europea Worldofparks.eu



**1.º premio a la mejor nueva montaña rusa de Europa para Red Force**  
European Star Award 2017 – Kirmes & Park



**1.º premio a la mejor montaña rusa de acero de Europa para Shambhala**  
European Star Award 2017 – Kirmes & Park



**2.º premio al mejor parque temático de Europa para PortAventura Park**  
European Star Award 2017 – Kirmes & Park



**2.º premio al mejor parque acuático de Europa para PortAventura Caribe Aquatic Park**  
European Star Award 2017 – Kirmes & Park



**2.º premio a la mejor atracción familiar para Angkor**  
European Star Award 2017 – Kirmes & Park



**Premio a la empresa saludable en la categoría de gran empresa (más de 149 personas en plantilla) por el programa «PortAventura e-Saludable»**  
Premios Maz Empresa Saludable 2007



**Reconocimiento para PortAventura World por el compromiso con la sostenibilidad**  
Generalitat de Catalunya. Dirección General de Calidad Ambiental y Cambio Climático



**Mención especial TSMEDIA por el proyecto hotelero desarrollado de acuerdo con criterios de sostenibilidad**  
Premios Re Think Hotel del Grupo Habitat Futura 2017



# Ética e integridad en la forma de actuar

PortAventura World sigue afianzando las buenas prácticas de gobierno corporativo, basadas en la ética y la integridad, de acuerdo con su voluntad de constante adaptación a los más altos estándares de referencia en la materia. Para ello, nos regimos por el Código de ética y conducta profesional, que abarca toda la actividad de PortAventura World y recoge los principios básicos de actuación. El procedimiento de homologación obligatoria de todos los proveedores incluye la aceptación del código, para que la cadena de suministro se sume a nuestro compromiso con la integridad. El código fue aprobado en 2013 y validado por el Comité de Control Interno, el Comité de Dirección y el Consejo de Administración.

El Consejo de Administración es el máximo órgano de gobierno de PortAventura World, y de este dependen el Comité de Control Interno y el Comité de Dirección. El Co-

mité de Control Interno es responsable de supervisar y actualizar la información relevante y relacionada con el cumplimiento del Código de ética y conducta profesional, así como de informar a la Comisión de Auditoría del *holding*.

PortAventura World fue una de las siete empresas impulsoras del Código Ético Mundial para el Turismo de la Organización Mundial del Turismo y una de las primeras en firmarlo. Esta organización y la Red Española del Pacto Mundial impulsan la iniciativa «Turismo responsable: un compromiso de todos», que incluye la firma del Código Ético y la adhesión a los 10 principios del Pacto Mundial. Ambas abogan por un turismo responsable que contribuya a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.





Existen diversos procedimientos y normativas internas que establecen, de forma directa o indirecta, mecanismos de control para evitar cualquier tipo de corrupción. La gestión de los riesgos de corrupción se lleva a cabo según el *Manual de prevención de riesgos penales*, que se encuentra a disposición de empleados/as y proveedores, y sobre el que se imparten acciones formativas en caso de novedades. Además, contamos con la figura del *compliance officer*, que analiza los cambios regulatorios y sus efectos para PortAventura World, revisa el mapa de riesgos, imparte sesiones formativas, revisa la actualización de los procedimientos de la compañía, gestiona el canal de denuncias y tramita expedientes sancionadores.

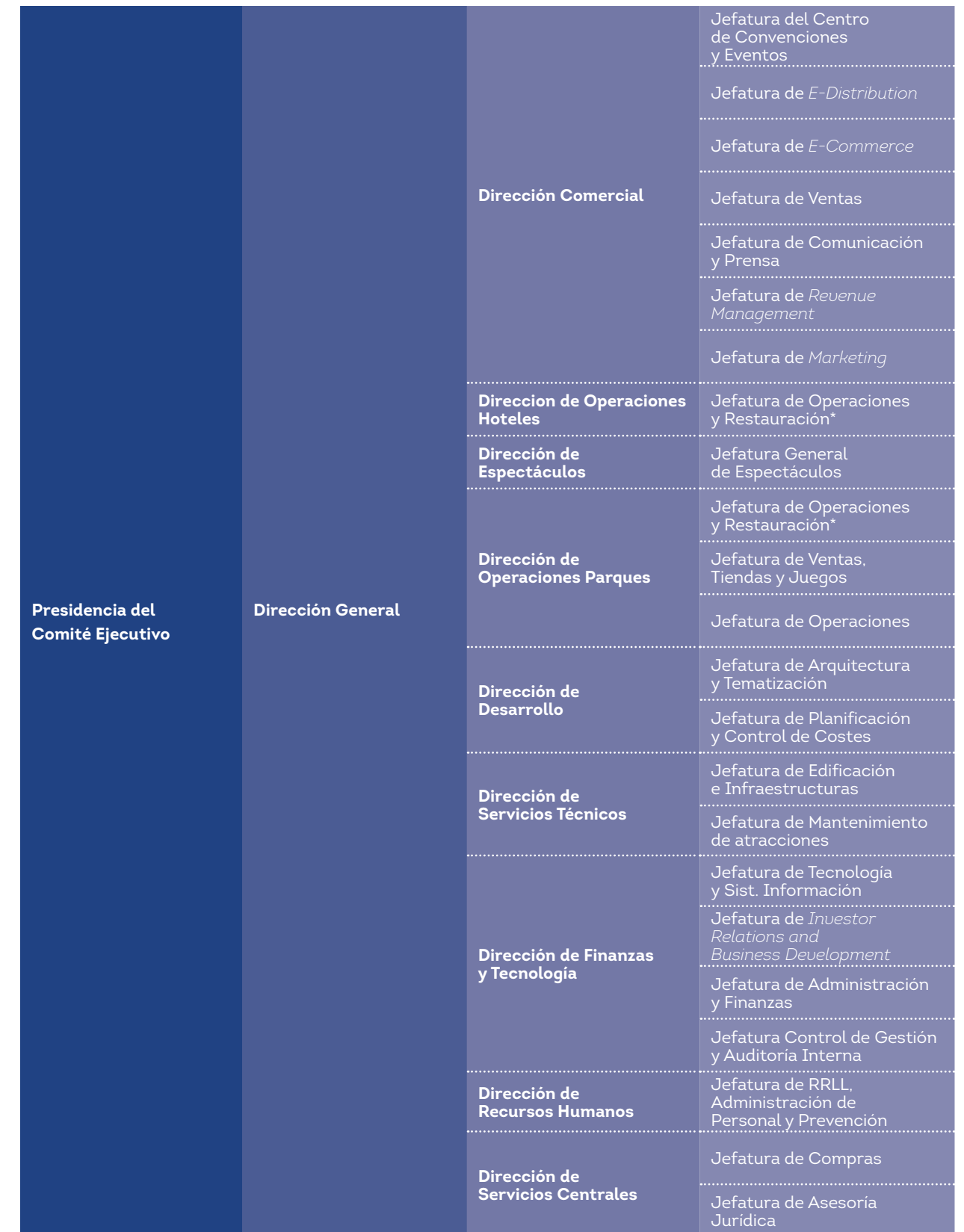
Durante el primer semestre de 2017, se realizaron cursos de formación, dirigido a mandos y responsables (nivel 3) y a personal técnico, sobre *compliance* y normativa de protección de datos de carácter personal y seguridad de la información.

PortAventura World está inscrito en el registro de la Generalitat de Catalunya como grupo de interés, conforme a lo previsto en la Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno.

**En 2017, se llevaron a cabo cursos de formación dirigidos a mandos, responsables y a personal técnico sobre compliance y normativa de protección de datos de carácter personal y seguridad de la información.**



## Organigrama





# Sumamos con las organizaciones sectoriales y del entorno

La implicación con distintas asociaciones y organizaciones permite a PortAventura World sumar esfuerzos y contribuir al desarrollo económico y social del sector y del territorio.

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







# LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA, UN COMPROMISO A LARGO PLAZO



# Nuestra responsabilidad corporativa



## COMPROMISOS SOCIALES

**Fundación PortAventura**, emoción y solidaridad

Nuestra esencia: el **equipo humano**

Una propuesta de valor única para el **cliente**

## COMPROMISOS AMBIENTALES

Actuamos para proteger el **medio ambiente**

## COMPROMISOS ECONÓMICOS

Una **política de inversión** consistente para un modelo de éxito

**Proveedores** alineados con nuestra estrategia



## PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

### Derechos humanos

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

### Normas laborales

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

### Medio ambiente

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

### Lucha contra la corrupción

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

*Incorporamos a nuestra estrategia empresarial los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y, desde 2008, participamos en la mayor iniciativa de responsabilidad social empresarial: el Pacto Mundial.*





# Un modelo de gestión responsable y sostenible

PortAventura World quiere que su forma de actuar según criterios responsables permita reforzar la relación con sus grupos de interés y se convierta en un factor diferenciador. Para potenciar su impacto positivo a lo largo de la cadena de valor y avanzar hacia un modelo de compañía más sostenible, incorpora, en su estrategia empresarial, los 10 principios del Pacto Mundial y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, además del Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT.

Año tras año, el Resort impulsa acciones dirigidas a contribuir a la consecución de los compromisos que recogen estas iniciativas internacionales. El Comité de Responsabilidad Corporativa, liderado por la Dirección de Servicios Centrales y con representación de diferentes departamentos de la compañía relacionados estratégicamente con los grupos de interés, es el órgano responsable de proponer dichas acciones y de asegurar el cumplimiento de los objetivos en materia de responsabilidad corporativa.

## Objetivos de responsabilidad corporativa orientados a los grupos de interés

- Salud y seguridad de los clientes
- Salud y seguridad en el trabajo
- Seguridad alimentaria y hábitos de alimentación saludables
- Innovación
- Comunicación y satisfacción de los clientes
- Empleo
- Emisiones
- Diversidad e igualdad de oportunidades
- No discriminación
- Evaluación ambiental de proveedores
- Evaluación social de proveedores
- Comunidades locales
- Materiales
- Energía
- Agua
- Efluentes y residuos
- Criterios ambientales en diseño y construcción de instalaciones
- Sensibilización ambiental

	2018	2019	2020	Temas materiales relacionados
<b>Para los clientes</b>				
Lograr la cifra de 0 incidentes de seguridad en el Resort.	●	●	●	
Obtener la certificación ISO 9001:2015, Gestión y Mantenimiento de las atracciones.	●			
Implantar la norma ISO 22000 de seguridad alimentaria en tres fases en todo el Resort.	●	●	●	
Ampliar la oferta de atracciones y servicios del Resort (en 2018, ampliación de Ferrari Land y en 2019, ampliación del Hotel Gold River y el Centro de Convenciones, y una nueva atracción en el área de Sésamo Aventura).	●	●		
Implementar el código QR en la app de PortAventura World para acceder a los parques.	●			
Implementar la funcionalidad de geolocalización en la app PortAventura World.	●			
Lanzar la tienda en línea con productos de merchandising de venta en el Resort.	●			



	2018	2019	2020	Temas materiales relacionados
<b>Para los empleados/as</b>				
Incrementar en un 0,7 % el número de participantes en el «PortAventura e-Saludable» y en un 1,02 % el número de participantes en las actividades programadas.	●			🍏 🚧
Poner a disposición del personal una plataforma para facilitar el uso compartido del vehículo.	●			👜 ☁️ 💡
Lanzar la <i>app</i> PortAventura World Team.	●			👜
Revisar el plan de igualdad y el protocolo de acoso.	●			☰ ✖️
Definir la política de diversidad.	●			☰ ✖️
Reformar las áreas de descanso para empleados/as de PortAventura Park, las oficinas generales y el edificio de servicios generales para empleados/as.	●			🚤
<b>Para los proveedores</b>				
Distinguir las mejoras prácticas de nuestros proveedores en relación con la gestión de la prevención de riesgos laborales, la excelencia del servicio, la innovación y la responsabilidad corporativa durante la jornada «Diálogo con proveedores».	●	●	●	💡 🤝 🧤
Implantar el sistema de evaluación del desempeño técnico y de servicio de los proveedores clave.	●			🤝 🧤
<b>Para la sociedad</b>				
Inaugurar el «Village PortAventura Dreams» y desarrollar el plan de voluntariado de la Fundación PortAventura.		●		📍
Aumentar en un 5 % el número de participantes en los eventos anuales para incrementar la recaudación de fondos de la Fundación PortAventura.	●	●	●	📍
Incrementar en un 3 % la participación de la plantilla en el proyecto Teaming.	●	●	●	📍
Buscar nuevos patrocinadores de la Fundación PortAventura (10 % anual de nuevos patrocinadores).	●	●	●	📍
Aumentar el número de familias acogidas al proyecto piloto PortAventura Dreams.	●			📍
<b>Para el medio ambiente</b>				
Recertificación de los certificados EMAS e ISO 14001:2015 incorporando Ferrari Land.	●			🏠 🗑️ 💧 ☁️ 🗑️ 🏠 🌍
Renovación del Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental de la Generalitat de Catalunya del Hotel Mansión de Lucy.		●		🏠 🗑️ 💧 ☁️ 🗑️ 🏠 🌍
Reducir en un 0,5 % la fracción de residuos sólidos urbanos y disminuir en un 0,5 % la cantidad de residuo generado al año con respecto al anterior en el conjunto de las instalaciones.	●	●	●	🗑️
Reducir el consumo de energía: eléctrica -1,13 % y gas -3,13 % respecto al año 2017 por 1.000 visitas-pernoctaciones.	●	●	●	🗑️ ☁️ 🏠
Implantar en todo el Resort un proyecto de aprovechamiento alimentario.	●	●	●	🗑️ 📍
Desplegar la solución colaborativa Cisco WebEx, que posibilita las reuniones en un entorno web compartiendo los contenidos en tiempo real.	●			💡 ☁️
Eliminar progresivamente el material de plástico de un solo uso en el Resort		●	●	🗑️



## PortAventura World se suma al Año Internacional del Turismo Sostenible



Se trata de una iniciativa internacional impulsada por la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas. En el contexto de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el Año Internacional tiene por objetivo impulsar un cambio en las políticas, en las prácticas empresariales y en el comportamiento de los consumidores, con el objetivo de conseguir un sector turístico más sostenible.

La finalidad es impulsar el papel del turismo en las siguientes áreas clave: crecimiento económico inclusivo y sostenible; inclusión social, empleo y reducción de la pobreza; eficiencia de los recursos, protección del medio ambiente y cambio climático; valores culturales, diversidad y patrimonio; y comprensión mutua, paz y seguridad.





## Generamos valor para los grupos de interés

Cada uno de nuestros grupos de interés tiene un rol importante dentro de los objetivos que nos planteamos. Buscamos mantener relaciones de confianza con cada uno de ellos para encontrar soluciones a retos comunes.



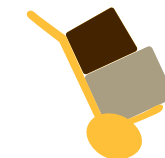
**ACCIONISTAS**  
Generar valor y rentabilidad para los accionistas a través de una gestión responsable y sostenible.



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



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



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



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

## Los valores que nos definen

### MISIÓN

PortAventura World tiene como 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

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



# Actualizamos los temas prioritarios en sostenibilidad

Para la edición 2017 del *Informe de responsabilidad corporativa* se ha llevado a cabo un nuevo análisis de materialidad, que sustituye al realizado en 2015, que se utilizó en los informes de 2014, 2015 y 2016.

Los temas relevantes para el sector en el que opera PortAventura World se han identificado mediante un estudio de *benchmarking* y el análisis de los estándares de referencia elaborados por la Global Reporting Initiative y Governance & AccountAbility.

Con el fin de priorizar los temas identificados, se ha consultado mediante encuesta en línea a todos los grupos

de interés: accionistas, clientes –agencias o turoperadores–, personal, proveedores, entidades representativas de la sociedad y, como novedad, visitantes, además del Comité de Dirección.

Para asegurar que la materialidad refleja de manera razonable y equilibrada los temas relevantes para el desempeño sostenible de PortAventura World, se han analizado los resultados obtenidos. En este sentido, se ha considerado importante determinar como materiales aquellos temas con relevancia alta para alguna de las perspectivas o partes (grupos de interés o PortAventura World), además del tema de las comunidades locales.

## Matriz de materialidad

Relevancia para los grupos de interés	Alta	<p><b>Formación y enseñanza</b></p>	<p><b>Materiales</b>                      Empleo                      Relaciones plantilla-empresa                      Diversidad e igualdad de oportunidades                      No discriminación</p>	<p><b>Energía</b>                      Agua                      Emisiones                      Efluentes y residuos                      Salud y seguridad en el trabajo                      Innovación*                      Salud y seguridad de los clientes                      Comunicación y satisfacción del cliente*</p>
	Media	<p>Prácticas de adquisición                      Biodiversidad                      Marketing y etiquetado                      Accesibilidad universal arquitectónica*</p>	<p><b>Impactos económicos indirectos</b>                      Criterios ambientales en diseño y construcción de instalaciones*                      Sensibilización ambiental*                      Bienestar animal*                      Seguridad alimentaria y hábitos de alimentación saludables*</p>	<p>Evaluación ambiental de proveedores                      Evaluación social de proveedores                      Anticorrupción</p>
	Baja	<p><b>Comunidades locales</b>                      Promoción del patrimonio cultural y natural*                      Privacidad del cliente</p>	<p>Inversión ambiental*</p>	<p>Desempeño económico                      Seguridad de los productos de merchandising*</p>
		Baja	Media	Alta
Relevancia para PortAventura World				

Temas ambientales

Temas económicos y de buen gobierno corporativo

Temas de prácticas laborales

Temas de proveedores

Temas de sociedad

Temas de responsabilidad de producto o servicio

**En negrita los temas materiales.**

\* Temas que no corresponden a los estándares de la GRI.







## COMPROMISOS SOCIALES



# Fundación PortAventura, emoción y solidaridad



La Fundación PortAventura sigue potenciando su compromiso a favor de proyectos solidarios que tengan un impacto real en la calidad de vida de las personas que padecen un mayor riesgo de exclusión social, especialmente criaturas y jóvenes. La ayuda a estos colectivos se materializa mediante la dotación de recursos y el apoyo para desarrollar diferentes programas solidarios, como jornadas de accesibilidad al ocio, eventos de sensibilización de la sociedad y campañas de recaudación de fondos.

La actividad de la Fundación PortAventura se canaliza mediante las siguientes vías:

- 1 Jornadas solidarias en PortAventura Park** para sensibilizar a los visitantes y recaudar fondos para otras entidades
- 2 Eventos propios de captación de fondos** para promover proyectos solidarios
- 3 Accesibilidad al ocio**
- 4 Aportaciones directas a proyectos**

PortAventura World destina anualmente el 0,7 % de sus beneficios a la Fundación PortAventura, lo cual es clave para que esta disponga de los recursos necesarios para desarrollar su actividad.

## INGRESOS DE LA FUNDACIÓN PORTAVENTURA (MILES DE EUROS)

	2017
Contribución de PortAventura World a la Fundación	962
Recaudación por la organización de eventos de fundraising	184
Donaciones provenientes de otras fundaciones, empresas colaboradoras y particulares	212
<b>Total ingresos</b>	<b>1.358</b>

## AYUDAS CONCEDIDAS Y DISTRIBUCIÓN POR COLECTIVO BENEFICIADO (MILES DE EUROS)

	2017
Enfermedades	721
Capacidades especiales	167
Exclusión social	134
<b>Total ayudas</b>	<b>1.022</b>



**75,28 %**  
Ingresos destinados a proyectos de la Fundación





## 1. Jornadas solidarias en PortAventura Park



### «Posa't la gorra». Fundación PortAventura y Asociación de Familiares y Amigos de Niños Oncológicos de Cataluña (AFANOC) (15.ª edición)

Cerca de 7.000 personas se pusieron la gorra en la 15.ª edición de esta fiesta en solidaridad con los pequeños y adolescentes con cáncer. El dinero recaudado mediante la venta de entradas solidarias se destinará a mantener los servicios de la delegación de Tarragona de AFANOC y a los nuevos proyectos de mejora de La Casa de los Xuklis, una casa de acogida para las familias que tienen que desplazarse para recibir tratamiento en los principales hospitales de referencia de Barcelona.



### «Fent Amics». Fundación PortAventura y Down Catalunya (9.ª edición)

Alrededor de 4.300 personas participaron en la fiesta solidaria para recaudar fondos en beneficio de Down Catalunya y las siete entidades que la integran. La colaboración de Down Catalunya con la Fundación PortAventura empezó en 2009 y esta jornada festiva se ha consolidado como una fecha destacada en el calendario de muchas familias que visitan el parque temático y contribuyen al mismo tiempo a una causa solidaria.



### «Somriu per la infància». Fundación PortAventura y Federación de Entidades de Atención y de Educación a la Infancia y la Adolescencia (FEDAIA) (5.ª edición)

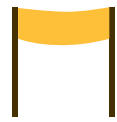
Con la participación de unos 5.000 niños y niñas, este evento anual busca sensibilizar a la sociedad sobre la necesidad de garantizar la igualdad de oportunidades de todos ellos, especialmente de los más vulnerables. Con un precio especial de las entradas, la recaudación se destinó a proyectos sociales impulsados por la federación.





## 2. Eventos propios de captación de fondos

**Carrera solidaria. Fundación PortAventura (6.ª edición)**  
Jornada solidaria llena de actividades para toda familia cuya recaudación íntegra se destina a promover las actividades de Pallapupas, una entidad dedicada a mejorar el día a día de criaturas y adultos en los hospitales a través de la sonrisa y el teatro. Antes de la carrera, pequeños y mayores participaron en una *masterclass* de zumba, organizada por la Asociación Oncológica Amadeu Pelegrí de Salou.



**+2.000**  
Corredores

**Torneo de Golf. Fundación PortAventura (3.ª edición)**  
La recaudación servirá para que tres organizaciones solidarias puedan continuar desarrollando sus proyectos: la Cruz Roja, para seguir impulsando su campaña de alimentación infantil durante los periodos de vacaciones escolares; la Asociación Oncológica Dr. Amadeu Pelegrí, para su proyecto de mejora de la calidad de vida de las mujeres con cáncer de pecho a través del ejercicio físico; y la Fundación Mn. Frederic Bara i Cortiella, Obrim Somriures, para su proyecto «Centre Obert», el centro de Reus destinado a pequeños y adolescentes que busca paliar las deficiencias socioeducativas a través de actividades y apoyo profesional.



**20.500 €**  
de donación

## 7.ª edición de la Cena Solidaria de la Fundación PortAventura

Más de 1.200 comensales asistieron a la Cena Solidaria, que se consolida como el principal evento solidario del territorio. El importe recaudado se destinó íntegramente a dos organizaciones territoriales: Down Tarragona de Reus, con el proyecto «Agafa't al 21», un servicio de inserción sociolaboral para favorecer la igualdad de oportunidades y trato, y la no discriminación de personas con síndrome de Down, y la Asociación Provincial de Parálisis Cerebral La Muntanyeta, para la construcción del nuevo centro de parálisis cerebral en Bonavista (Tarragona).



**87.170 €**  
de donación

## 3. Accesibilidad al ocio

Además de los eventos que tienen lugar en el parque, la Fundación PortAventura también facilita la accesibilidad al ocio. Se realiza directamente en centros destinados a la ayuda y a la mejora de la calidad de vida de pequeños y adolescentes, mayoritariamente del territorio, con especial atención a los programas destinados al apoyo de niños y niñas con enfermedades graves o en situación de riesgo de exclusión social.

**13.940**  
beneficiarios/as  
en 2017



Este año también se han facilitado cuatro estancias a diferentes familias que tienen un hijo con una enfermedad grave. Estas familias vienen de forma totalmente gratuita a pasar unos días a PortAventura, donde

les espera una estancia personalizada adaptada a sus necesidades. Este proyecto va a tener un desarrollo a una escala mucho mayor y se va a convertir en el gran proyecto de la Fundación PortAventura en 2019.

## 4. Aportaciones directas a proyectos

### Nueva UCI pediátrica del Hospital Sant Joan de Déu

La Fundación PortAventura y el Hospital Sant Joan de Déu firmaron en 2015 un acuerdo para financiar la construcción de la nueva UCI pediátrica del centro hospitalario. Las instalaciones, cuya finalización está prevista para 2018, multiplicarán por cuatro la superficie actual destinada a pacientes críticos.

La construcción de la nueva unidad de cuidados intensivos tiene como objetivos mejorar la estancia de niños y niñas hospitalizados y de sus familias, ampliar la dotación tecnológica de la nueva unidad al máximo nivel y facilitar el espacio de trabajo de los profesionales del hospital. Los boxes de la nueva UCI están cerrados para preservar la intimidad y en ellos las criaturas pueden estar acompañados las 24 horas del día. Las tecnologías instaladas minimizan las molestias al paciente, gracias a la monitorización y las alarmas de movimiento. El proyecto incluye un box de simulación para que los profesionales realicen prácticas sin salir de la unidad.

En noviembre de 2017, se pusieron en funcionamiento 10 de los 24 boxes previstos, para asumir el aumento de la actividad en el periodo invernal. Está previsto que las obras finalicen en marzo de 2018.





## Otros proyectos

**Proyecto Teaming 2017.** PortAventura World ofrece a su plantilla y a las nuevas incorporaciones la posibilidad de presentar proyectos solidarios y de donar voluntariamente 1 euro de su nómina a este programa. Por cada euro donado, la Fundación PortAventura aporta 2 euros más. En la edición de 2017, la recaudación se destinó a las dos entidades más votadas por empleados/as voluntarios: la Asociación SAMS, dedicada a pacientes y familiares con síndromes arrítmicos relacionados con la muerte súbita, y la Fundación El Somni dels Nens y su proyecto «Humanización de entornos pediátricos» de la Unidad de Urgencias Pediátricas del Hospital Joan XXIII de Tarragona.

**El Somni dels Nens.** La Fundación PortAventura ha colaborado con la Fundación El Somni dels Nens, financiando su proyecto de humanización del entorno pediátrico del Hospital Joan XXIII de Tarragona, con el objetivo de facilitar la disminución del nivel de estrés del niño y su familia durante la hospitalización. El proyecto se ha basado en crear un fondo marino, de forma que cada zona o box acristalado tome forma de acuario.

**Proyecto «Cada paso cuenta».** Los empleados/as de PortAventura World se propusieron dar la vuelta al mundo a pie, un total de 40.000 kilómetros en solo dos meses. Gracias al proyecto «Cada paso cuenta» de la app iWOPI, la Fundación PortAventura hizo entrega de 4.000 kilos de comida al Banco de alimentos de la provincia de Tarragona.

**«Ningún niño sin bigote».** La Fundación PortAventura y el Grupo Miquel entregaron un total de 3.742 litros de leche al Banco de alimentos de Tarragona en el marco de esta iniciativa solidaria, impulsada por la Obra Social La Caixa, en la que participa la plantilla de PortAventura World.



# 13.515 €

Recaudados con el proyecto  
Teaming en 2017

**Equipo Nàstic Genuine y campeonato Nàstic Champions Genuine.** Desde que el Nàstic impulsó la creación de su equipo Genuine, con personas con diversidad funcional, y LaLiga Genuine, con el apoyo del presidente de la patronal de clubes de primera y segunda, Javier Tebas, todo el territorio de Tarragona se ha volcado en este proyecto. La Fundación PortAventura colaboró con el primer campeonato de ámbito europeo, el Nàstic Champions Genuine, proporcionando a los trece equipos participantes el alojamiento y los servicios de restauración durante todo el torneo.

**Visita navideña a niños y niñas hospitalizados en Tarragona y Reus.** Woody y Winnie realizaron su tradicional visita al Hospital Joan XXIII de Tarragona y al Hospital Sant Joan de Reus, repartiendo sonrisas y regalos, el día antes de Reyes.

La Fundación PortAventura colabora también con la Cruz Roja en la recogida de juguetes que se lleva a cabo en Navidad en el mercado municipal de Tarragona. Para 2018, está previsto que esta acción se lleve a cabo en PortAventura World.





# Nuestra esencia: el equipo humano



## Generadores de empleo y responsables con la plantilla

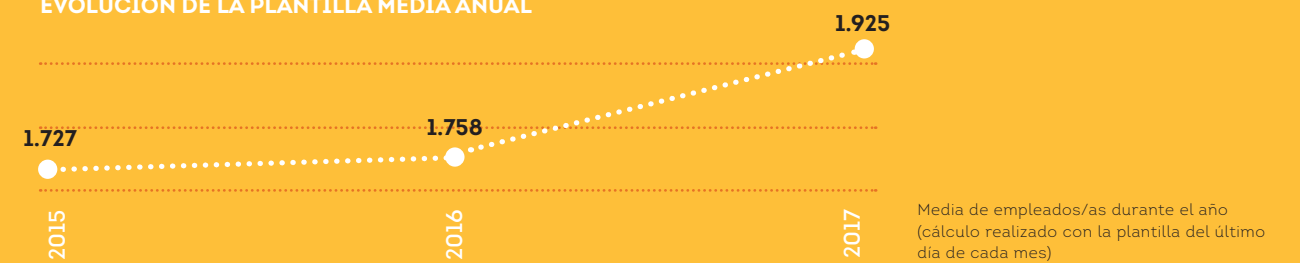
PortAventura World es el primer generador de empleo de la provincia de Tarragona. En 2017, de acuerdo con la tendencia seguida en los últimos años, la plantilla ha seguido creciendo. La estacionalidad de la actividad del Resort marca la evolución anual del volumen de personal: las cifras más altas son en los meses de verano, con el pico más alto en agosto, aunque se da un repunte en octubre, con la celebración de Halloween.

Conscientes de que un equipo comprometido es clave para ofrecer un servicio excelente, PortAventura World trabaja para el bienestar de la plantilla, ofreciendo ventajas y beneficios, y promoviendo la igualdad, la inclusión y la multiculturalidad.

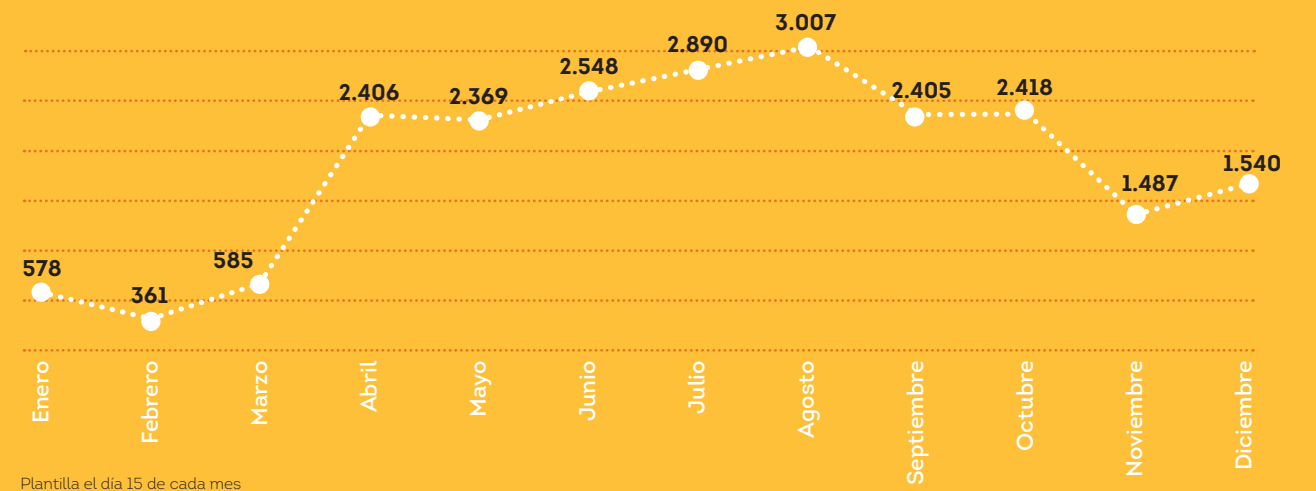
*Tres años consecutivos de crecimiento de la plantilla de PortAventura World*



### EVOLUCIÓN DE LA PLANTILLA MEDIA ANUAL



### EVOLUCIÓN DE LA PLANTILLA EN 2017



### PERSONAL PROPIO



(1) Dato correspondiente al día 15 de agosto.  
 (2) Cálculo realizado con la plantilla existente el último día de cada mes.  
 (3) Cálculo realizado a partir de la plantilla a jornada completa y activa durante todo el año equivalente, por horas de contrato, a la plantilla real contratada.

(4) Cálculo realizado con la suma de personas del primero al último día de mes (acumulativo).



## Múltiples beneficios sociales

La plantilla de PortAventura World goza de ventajas y beneficios que en 2017 han ido en aumento.

- **App La Guía PortAventura** con información de la compañía y centenares de ventajas en empresas colaboradoras. La *app* está disponible para toda la plantilla y complementa la plataforma web [www.laguiaportaventuraworld.com](http://www.laguiaportaventuraworld.com). En 2017, se puso en marcha un servicio automático de envío por correo electrónico (*newsletter*) de todos los nuevos contenidos que se publican en la web y la *app*. Este servicio sustituye a la anterior *newsletter* y llega a más del doble de usuarios que antes.
- **Entradas gratuitas e invitaciones.** Se regalaron tres invitaciones a todo el personal para dar a conocer el nuevo parque Ferrari Land y dos invitaciones para PortAventura Park como agradecimiento por el trabajo realizado durante la temporada. También se distribuyeron a los mandos responsables de las diferentes áreas y departamentos de la compañía invitaciones para el espectáculo *Varekai* de Cirque du Soleil.

- **Descuentos** en la compra de entradas a los parques, reservas de hotel, tiendas y restauración, así como precios especiales para celebraciones en familia y para el espectáculo *Varekai*, entre otros.
- **Tienda Outlet** de productos de las tiendas de PortAventura World a precios ventajosos.
- **Sistema de retribución flexible** y tarifas especiales para la contratación de un seguro de salud con Adeslas, producto que incluye cónyuge y criaturas y que conlleva importantes ventajas fiscales. En 2017, 251 personas se beneficiaron del seguro médico.
- **Sorteo** entre toda la plantilla de 20 entradas dobles para disfrutar del espectáculo *Varekai* de Cirque du Soleil en PortAventura World.
- **Sala Sports Training** a precio reducido para el uso de máquinas y asistencia a clases dirigidas que en 2017 se han organizado en un nuevo horario y se han ampliado en número.

## Actividades lúdicas e iniciativas solidarias

PortAventura World fomenta la cohesión social entre la plantilla y la compañía, y promueve su espíritu solidario con iniciativas varias.

- **Foro de Bienvenida 2017**, donde se informa a la plantilla de los resultados del año anterior y las novedades para la temporada que comienza. En el marco de este evento, se hizo entrega del dinero recaudado en la acción solidaria Teaming y se dieron a conocer las dos asociaciones beneficiarias de este dinero.
- **Invitación a la preapertura de Ferrari Land**, dirigida a los cargos directivos de la compañía y sus familias, así como al equipo implicado directamente en la construcción y el diseño del nuevo parque.

- **Entrega de rosas de Sant Jordi** a todos los empleados y empleadas.
- **Campaña de donación de sangre**, en la que los 277 empleados/as donantes recibieron una invitación gratis para PortAventura Park.
- **Precio especial para inscribirse en la Carrera Solidaria de la Fundación PortAventura** y sorteo entre el personal participante de 1 noche de hotel en Andorra.
- **Precio especial para asistir a la Cena Solidaria de la Fundación PortAventura.**



## PortAventura World colabora en la puesta en marcha del programa de voluntariado de la Fundación PortAventura

El voluntariado de la Fundación está abierto en una primera fase a toda la plantilla y sus familias. El lanzamiento del programa ha supuesto también la sistematización de los procesos relacionados con el voluntariado mediante el establecimiento de sesiones informativas, la creación de uniformes o la firma de la carta de derechos y deberes de los voluntarios. Esta sistematización establece los pasos que debe seguir en cualquier acción de voluntariado de acuerdo con las indicaciones de la Federación Catalana de Voluntariado Social, que supervisó la aplicación de la nueva ley catalana del voluntariado.

La primera acción en la que participaron las personas voluntarias inscritas en el programa consistió en la entrega de regalos de Navidad a las criaturas ingresadas en la unidad de pediatría de los hospitales Joan XXIII de Tarragona y Sant Joan de Reus.





## Oportunidades de empleo para los jóvenes

A lo largo de 2017, se han hecho efectivos alrededor de 25 convenios con centros educativos, que permiten que el colectivo de estudiantes pueda acceder a PortAventura World para realizar las prácticas correspondientes a sus estudios. Las universidades y centros docentes con los que se han firmado convenios son: Universidad Rovira i Virgili, Universidad Pompeu Fabra, Universidad Ramon Llull, Universidad Oberta de Catalunya, Campus de Turismo, Hostelería y Gastronomía, Universidad de La Rioja, Universidad de Valencia, Instituto Baix Camp, Instituto Vidal i Barraquer, Instituto Pere Martell, Escuela de Hostelería y Turismo de Cambrils, Col·lege Française de Reus, IDETSA, Nova Tècnica, Aula 200 y SEAS.

Las prácticas de los estudiantes en PortAventura World abarcan varias áreas de actividad: comercial, servicios técnicos, operaciones, administración y finanzas, recursos humanos, restauración, hoteles, etc.

**72 estudiantes  
en prácticas  
incorporados  
en 2017**

## Programa de ocupación para jóvenes en las áreas de restauración y comercio

El programa «Fem ocupació per a joves», subvencionado por el Servicio de Ocupación de Cataluña, se dirige a personas de entre 18 y 29 años en situación de paro que disponen del título de enseñanza secundaria obligatoria, bachillerato o un ciclo formativo de grado medio. También podrán ser beneficiarias aquellas personas jóvenes que, a pesar de no disponer de alguna de estas titulaciones, disponen de la correspondiente equivalencia a efectos laborales. El programa consta de una parte formativa y un contrato laboral.

Durante la temporada 2017 se realizaron dos programas formativos: el de auxiliar de restauración, en el que participaron 15 jóvenes, y el de auxiliar de comercio, con 14 jóvenes procedentes de los municipios de Vila-seca y Salou. En ambos programas se impartió una formación de 100 horas en las instalaciones de PortAventura World, en la que se combinaron clases presenciales en el aula con actividades prácticas en unidades reales del parque. Posteriormente, las personas participantes tuvieron un contrato de 6 meses.







### Compromiso para garantizar el respeto a la igualdad y la diversidad

PortAventura World dispone de un plan de igualdad de oportunidades para garantizar la igualdad entre hombres y mujeres. Además, el Resort cuenta con un protocolo contra el acoso laboral y normas para el uso de lenguaje no sexista; además, incorpora la perspectiva de género en las evaluaciones de riesgos psicosociales.



66 %  
Mujeres en plantilla

#### PRESENCIA DE MUJERES EN CADA UNA DE LAS CATEGORÍAS LABORALES



42 %

Cargos directivos y jefaturas de área



63 %

Cargos de personal supervisor, técnico y administrativo



67 %



Operaciones



52 %

Plantilla entre 26 y 45 años

#### PLANTILLA SEGÚN GRUPOS DE EDAD Y GÉNERO

	Menos de 25 años	26-35 años	36-45 años	46-55 años	56-65 años
	203	139	191	106	23
	276	260	406	218	100





## Un resort multicultural



51

Nacionalidades diferentes



89 %

Plantilla procedente de España

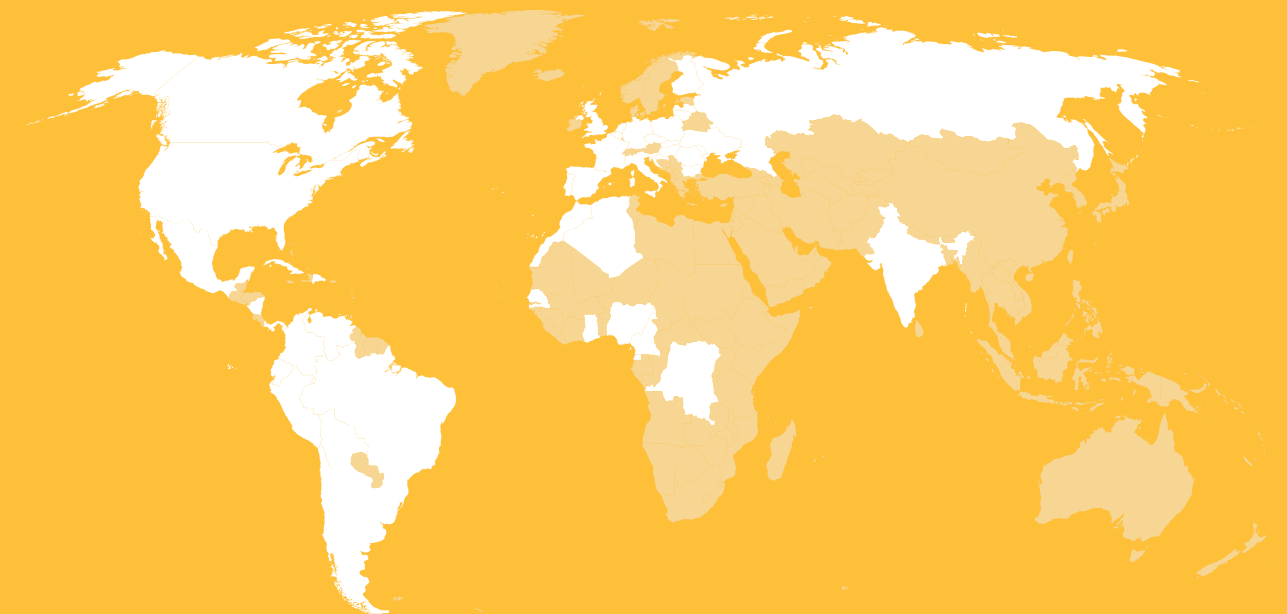


11 %

Plantilla procedente de otros países

### PLANTILLA SEGÚN NACIONALIDAD<sup>1</sup>

Alemania	5	Eslovenia	2	Moldavia	2
Argelia	3	España	<b>1706</b>	Nicaragua	1
Argentina	7	Estados Unidos de América	2	Nigeria	2
Bélgica	2	Finlandia	1	Panamá	1
Bolivia	2	Francia	10	Perú	5
Brasil	4	Georgia	1	Polonia	2
Bulgaria	6	Ghana	1	Portugal	5
Camerún	1	Guinea Ecuatorial	6	Reino Unido	1
Canadá	1	Holanda	2	República Checa	1
Chile	4	Hungría	1	República Dominicana	2
Colombia	14	India	1	Rumania	23
Congo	1	Italia	22	Rusia	9
Croacia	1	Letonia	1	Senegal	11
Cuba	2	Lituania	1	Ucrania	7
Ecuador	2	Marruecos	37	Uruguay	2
Eslovaquia	1	México	2	Venezuela	3



(1) Cálculo realizado con la plantilla del primero al último día del mes (acumulativo).





## A favor de la inserción laboral de personas con diversidad funcional y en riesgo de exclusión

PortAventura World dispone de un método propio para la selección de personas con diversidad funcional de acuerdo con el puesto de trabajo y con las capacidades y competencias requeridas. Este método engloba el contacto con centros y entidades de inserción de personas para llevar a cabo el reclutamiento, un proceso de selección personalizado mediante una entrevista por capacidades y por competencias, un plan de acogida y formación inicial específica y el seguimiento del empleado/a juntamente con el centro colaborador y, si es necesario, la familia, con el fin de establecer un marco común de comunicación.

En 2017, PortAventura World ha contado con un promedio de 30,7 personas con diversidad funcional contratadas de forma directa.

Por otra parte, el Resort también colabora anualmente con diferentes entidades para favorecer la inserción de personas con diversidad funcional y en riesgo de exclusión social. Desde 2012, colabora con la Asociación Down Tarragona en el proyecto «Agafa't al 21» con la integración de dos usuarios con síndrome de Down y otras diversidades funcionales cada temporada. Otras de las entidades e iniciativas con las que ha colaborado en 2017 son: Inserta de la Fundación Once, Incorpora de la Fundación La Caixa y el Centro de Programas Territoriales de ASJTET Tarragona (Área de Apoyo a los Jóvenes Tutelados y Extutelados de la Dirección General de Atención a la Infancia y a la Adolescencia). Para el colectivo de jóvenes, también colabora con las bolsas de trabajo de Vila-seca, Salou y Mas Carandell.

## Mejora profesional continua con formación e incentivos

En PortAventura World, el desarrollo profesional y la gestión del talento son un eje estratégico para facilitar y potenciar el crecimiento de la plantilla situándola en el centro de la acción. Con este fin, potenciamos una formación abierta y dinámica totalmente adaptable a las necesidades actuales. Además, contamos con programas de incentivos y premios de logros por alcanzar los objetivos.

Este compromiso con la formación también se hace efectivo externamente con la convocatoria anual del premio PortAventura a la mejor trayectoria académica de Turismo de la Universidad Rovira i Virgili (12.ª edición en 2017). La misión del premio es reconocer públicamente la excelencia de los estudiantes y facilitarles la realización de un proyecto de desarrollo personal para promover los valores de la iniciativa, la competencia, el liderazgo, la responsabilidad y el compromiso.

## Un plan de formación dinámico

La formación es una prioridad para PortAventura World, que define cada año nuevos programas formativos para adelantarse y adaptarse al contexto actual y a las necesidades de la plantilla. Mediante el plan de formación, fortalece las competencias y los conocimientos del equipo humano con el fin de potenciar los perfiles profesionales y darles apoyo para el óptimo ejercicio de sus tareas diarias.

El plan de formación se basa en la política estratégica de la compañía, la gestión de competencias, la política de prevención de riesgos laborales y la política ambiental. Su desarrollo se realiza mediante la programación anual de acciones y programas formativos. Las acciones formativas, que pueden llevarse a cabo de forma presencial, en línea o con la combinación de ambas, se organizan en las siguientes categorías:

- **Corporativa.** Formación obligatoria, dirigida a todo el personal, según sus funciones y responsabilidades, en la que se integran conceptos propios de la compañía.





- **Formación técnica.** Formación obligatoria, dirigida al personal del Departamento de Operaciones, concretamente de las áreas de Restauración, Tiendas y Juegos, y Operaciones.
- **Formación en el puesto de trabajo.** Formación obligatoria que realiza todo el personal del Departamento de Operaciones en el puesto de trabajo.
- **Seguridad laboral.** Formación obligatoria, dirigida a todo el personal, según sus funciones y responsabilidades, de acuerdo con la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales.
- **Seguridad alimentaria.** Formación obligatoria, dirigida a todo el personal, según sus funciones y responsabilidades, de acuerdo con el Reglamento (CE) 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de

2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios y la Ley 17/2011, de 5 de julio, de Seguridad Alimentaria y Nutrición, entre otras.

- **Medio ambiente.** Formación basada en el cuarto principio de actuación de la política ambiental de la compañía: formar, entrenar y sensibilizar, en todos los ámbitos, al personal de la empresa.
- **Formación de desarrollo.** Acciones formativas a medida, orientadas a mejorar las habilidades personales y técnicas de los participantes, diseñadas e impartidas con recursos propios o externos.
- **Formación para gestores de equipos.**

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

		2017
	Directivos y jefes de área	18,46
	Supervisores, técnicos y administrativos	9,87
	Personal de operaciones	7,81
	Directivas y jefas de área	23,94
	Supervisoras, técnicas y administrativas	14,28
	Personal de operaciones	8,49



3.410

Empleados/as que han recibido algún tipo de formación durante el año



90 %

Plantilla formada<sup>1</sup>



32.231

Horas totales de formación



9,45

Promedio de horas de formación por empleado/a



90 %

Formación en modalidad a distancia

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





## Incentivos para la consecución de objetivos

Con el objetivo de fomentar una cultura de mejora continua orientada a la consecución de los objetivos, PortAventura World dispone de un sistema de gestión de la actuación del personal, que permite unificar criterios, informar sobre su desempeño y reconocer el trabajo bien hecho. Para ello, las competencias corporativas están identificadas a partir de los valores de la compañía y los comportamientos que se consideran destacables y que ofrecen el nivel de calidad deseado. También se identifican las competencias técnicas y las de gestión de equipos. La mayor parte del personal es evaluado según las competencias.

El sistema de gestión por objetivos permite obtener la información necesaria para aplicar una retribución variable de forma personalizada. Además de los objetivos de la compañía, el sistema marca objetivos funcionales y de productividad, cuya consecución se traslada a un porcentaje del salario.



# 15 %

Plantilla media durante el año sujeta a retribución variable

# 74 %

Plantilla media durante el año que ha sido sometida a una evaluación del desempeño

**290 tarjetas de calidad entregadas**

**60 vales de tiendas y restauración entregados y 27 noches de hotel**

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

Complementariamente al sistema de gestión por objetivos, PortAventura World tiene implantadas dos iniciativas para motivar y reconocer a los empleados/as. Por un lado, las tarjetas de calidad tienen como objetivo que los mandos premien a aquellas personas que destacan por llevar a la práctica los valores de PortAventura World y contribuyen activamente a la consecución de los obje-

tivos de la compañía. Por otro lado, el Premio a la Mejor Unidad está orientado a incentivar y recompensar a gestores de equipos y empleados/as para que mejoren los objetivos de sus unidades y va dirigido principalmente a las áreas de venta. En las áreas de Operaciones, Espectáculos y a las Recepciones de hoteles se les aplicará el Premio Mejor Empleado/a del Trimestre.





## La prevención, un valor seguro

La política de seguridad laboral se basa en la cultura de la prevención aplicada a todos los ámbitos y áreas de negocio de la compañía. PortAventura World cuenta con un plan de prevención que incluye la política de prevención de riesgos laborales, así como los objetivos, los recursos y la estructura organizativa necesaria para su implementación.

Los objetivos anuales se definen de acuerdo con las líneas estratégicas establecidas como prioritarias en materia de seguridad y salud por el Comité de Dirección y con el asesoramiento del Servicio de Prevención, previa consulta y participación de los delegados de prevención y presentación ante el Comité de Seguridad y Salud (órgano paritario y colegiado formado por siete personas delegadas de prevención y siete representantes de la empresa designados por el personal directivo; el 100 % de la plantilla está representada por este comité). El Servicio de Prevención hace un seguimiento mensual de la siniestralidad laboral y elabora un programa anual de actividades que incluye todas las acciones necesarias para cumplir los objetivos identificados y la normativa de aplicación.

En 2017, se han llevado a cabo un total de 134 simulacros de emergencia, 151 evaluaciones de riesgos, 361 informes técnicos (de ruido, estrés térmico, iluminación, ergonomía y estudio psicosocial) y 92 cursos en materia de prevención de riesgos laborales. Además, el servicio médico ha realizado 1.120 reconocimientos médicos, 1.180 consultas médicas, 1 vacunación y 299 consultas relativas a exenciones.

El compromiso con la seguridad laboral también se hace extensivo a las empresas contratistas mediante la coordinación de actividades empresariales, con el fin de asegurar que los servicios realizados por entidades o personal externo se ejecutan con las medidas de seguridad que establece la legislación.

### PERSONAL PROPIO



14,12

Índice de frecuencia<sup>1</sup>



2.405

Índice de incidencia<sup>2</sup>



0,34

Índice de gravedad<sup>3</sup>



3,21 %

Tasa de absentismo

### PERSONAL EXTERNO



12,72

Índice de frecuencia<sup>1</sup>

(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.



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



## PortAventura World, empresa saludable

Un año más, PortAventura World ha seguido impulsando y ampliando el abanico de actividades para fomentar los hábitos saludables entre el personal, así como para promover la salud y el bienestar en el lugar de trabajo.

- **Última fase del programa de salud integral Fifty-Fifty.** Realizado en colaboración con la Fundación SHE, busca mejorar la salud en personas adultas mediante la modificación de sus hábitos. Está dirigido especialmente a personas que presentan uno o más factores de riesgo cardiovascular.



1.212

Empleados/as participantes

- **Nueva edición del programa «PortAventura e-Saludable».** Sus objetivos son concienciar sobre la importancia del cuidado de la salud y los beneficios en la persona, poner a disposición del personal distintas acciones, servicios e instalaciones que les permitan desarrollar hábitos saludables, y fomentar y consolidar hábitos saludables entre el personal. Además de los talleres y el reparto gratuito de fruta, en 2017 el programa ha incorporado nuevas actividades, como la práctica de pádel o las campañas de sensibilización sobre el cáncer de mama y las enfermedades cardiovasculares.



7.929

Asistentes en las diferentes actividades<sup>1</sup>

(1) Una misma persona puede asistir a diferentes actividades.

- **Campaña de revisión bucodental.** Esta campaña fue impulsada con la colaboración de Alba Clínica Dental, cuyo personal se desplazó a las instalaciones de PortAventura World para realizar revisiones gratuitas al personal.
- **Sala Sports Training.** Se ha diseñado un nuevo horario de actividades, que incluye la ampliación del número de clases a dos clases por día durante cuatro días a la semana.



514

Consultas al promotor de la salud

- **«Cada paso cuenta».** Los participantes inscritos acumularon 40.000 kilómetros en sus recorridos a pie y actividades deportivas, kilómetros que se convirtieron en 4.000 kilos de alimentos para el Banco de alimentos de las comarcas de Tarragona, con la colaboración de la Fundación PortAventura.



204

Participantes en la Sala Sports Training

*PortAventura World ha sido premiada en la categoría de gran empresa en los Premios Empresa Saludable de Mutua Maz, que reconocen la labor de sensibilización entre el personal sobre hábitos saludables*



## Nuevo programa de salud «Gana vida, pierde peso»

A finales de 2017, PortAventura World puso en marcha el programa de salud «Gana vida, pierde peso», una iniciativa enmarcada dentro del plan de acciones «PortAventura World, empresa saludable».

El programa pretende ayudar a los participantes a modificar sus hábitos de vida para mejorar la forma física y ganar en calidad de vida mediante charlas y talleres, como «Principios básicos de alimentación», «Mindful Eating» y «Mindfulness». Además, pone a disposición

de los participantes la figura del promotor de la salud, médico especialista en hábitos saludables que realiza la formación y el seguimiento personalizado.

Para incentivar la consecución de resultados, el programa incluye diversas ventajas para sus participantes, como el acceso gratuito a la Sala Sport Training durante un año y el sorteo mensual de una cesta de frutas y verduras, además de una sesión de masaje en uno de los Wellness Centers del Resort. Todos

los participantes que al final del programa consigan los objetivos fijados serán recompensados con una noche de hotel.



79

Participantes



# Una propuesta de valor única para el cliente

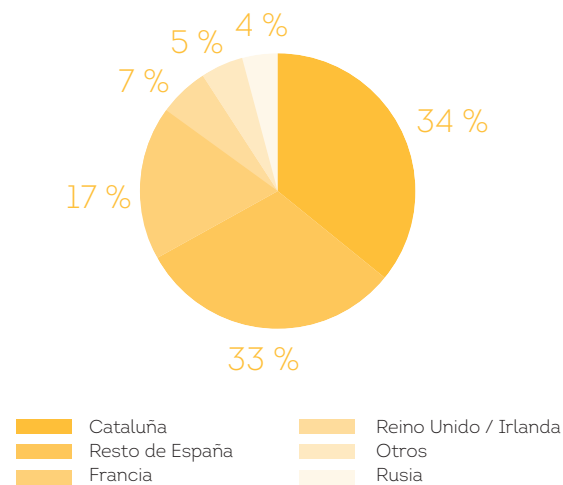


## Un destino integral de vacaciones y ocio familiar

Con la apertura de Ferrari Land, PortAventura World ha rozado casi los 5 millones de visitas anuales, en gran parte gracias al potencial de la marca Ferrari para atraer a visitantes internacionales de mercados tradicionales, como Francia, Reino Unido o Rusia, pero también de nuevos países. La puesta en funcionamiento del nuevo parque ha permitido mejorar la competitividad a escala internacional respecto a otros destinos, ya que este se ha convertido en un referente mundial, con el consiguiente efecto directo en todo el territorio.

PortAventura World ha ofrecido durante todo el verano el espectáculo *Varekai* de Cirque du Soleil, que cuenta la historia del mito griego de Ícaro y que ha cautivado a millones de personas en todo el mundo.

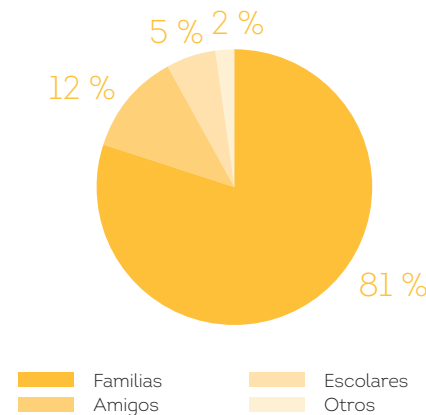
ORIGEN DE LAS VISITAS DE PORTAVENTURA WORLD 2017



33 %

Visitas internacionales a PortAventura World

PERFIL DEL CLIENTE DE PORTAVENTURA WORLD 2017



81 %

Visitas familiares a PortAventura World

*La certificación «Destino de turismo familiar», que otorga Turismo de Cataluña, reconoce PortAventura World como especialmente sensible a este segmento de la demanda y comprometido con ofrecer equipamientos y servicios adaptados a familias con criaturas*





## Atención a clientes con necesidades especiales

PortAventura World ha puesto en marcha una oficina de atención al cliente con necesidades especiales y ha definido una nueva política de acceso en lo que se refiere a descuentos y accesos preferentes. Los objetivos de la nueva oficina consisten en informar de qué atracciones, servicios e instalaciones son más adecuadas, vender las entradas con tarifa especial, expedir las identificaciones

de accesos sin barreras arquitectónicas y reservar en restaurantes con servicio de mesa en una ubicación sin barreras arquitectónicas.

Para las personas con intolerancias alimentarias, se facilita una guía específica y se informa sobre menús especiales adaptados a sus necesidades en los restaurantes.

## Más eventos en el Centro de Convenciones

A lo largo de 2017, PortAventura Convention Centre ha acogido importantes empresas de ámbito nacional, como SEAT, que por segundo año realizó el mayor evento de formación de su historia, con un total de 5.700 delegados procedentes de 50 países. En cuanto a los eventos internacionales, destacan los realizados por empresas como Nestlé y Nike, que hicieron uso del centro de convenciones y disfrutaron de la apertura en exclusiva de una de las zonas de PortAventura Park.

Los congresos, tanto nacionales como internacionales, también han sido grandes protagonistas a lo largo del año. PortAventura Business & Events acogió el II Congreso de Talleres CGA, con más de 1.200 participantes, y el 21st European Symposium on Poultry Nutrition, el congreso sobre nutrición avícola más importante del mundo, con la participación de 1.700 personas expertas alojadas.

La actividad de PortAventura Business & Events se ha completado en 2017 con la 53.ª edición del Rally RACC Catalunya-Costa Daurada, que ya lleva trece ediciones en las instalaciones de PortAventura World.



Evento SEAT



El incremento en un 15 % de los eventos llevados a cabo se debe en parte al impulso de la actividad comercial durante el 2017, con 69 acciones para el mercado internacional y 53 para el mercado nacional. Así mismo, se han

llevado a cabo eventos de más valor, que han permitido incrementar la facturación de PortAventura Business & Events en un 73 % respecto a 2016.



259

Eventos celebrados



68.782

Participantes



16,4

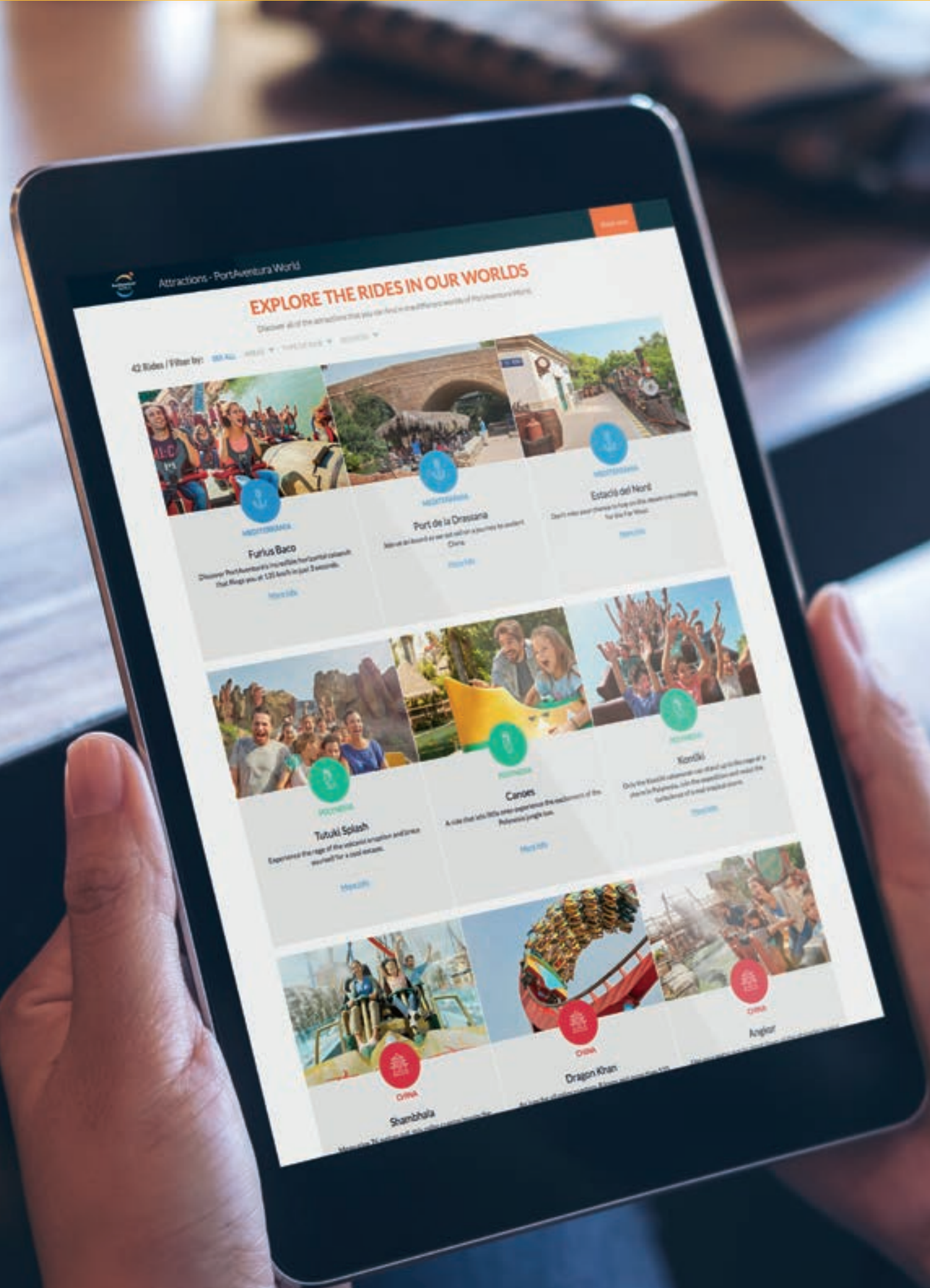
millones de € de facturación

PortAventura Convention Centre, mediante su catálogo sobre cómo hacer más sostenibles y socialmente responsables los eventos ofrece, entre otras, la posibilidad de contribuir a la inserción laboral de personas con síndrome de Down contratándolas como personal de apoyo para el evento.

En 2018, PortAventura World será sede olímpica de los Juegos del Mediterráneo y pondrá en valor no solo la destacable capacidad de alojamiento de los hoteles con sello PortAventura, sino también la versatilidad del Centro de Convenciones para todo tipo de servicios complementarios al desarrollo de esta competición de competiciones.







## Orientados a los canales digitales

Las estrategias de *marketing* y otras que está poniendo en marcha PortAventura World están orientadas a los canales digitales y a las redes sociales. La innovación tecnológica y digital es importante porque permite saber qué les gusta a los visitantes, qué quieren compartir y qué tipo de contenidos y experiencias de marca les interesan, lo cual permite personalizar los mensajes y contextualizarlos en el canal. Mantener una relación personalizada a largo plazo genera fidelidad.

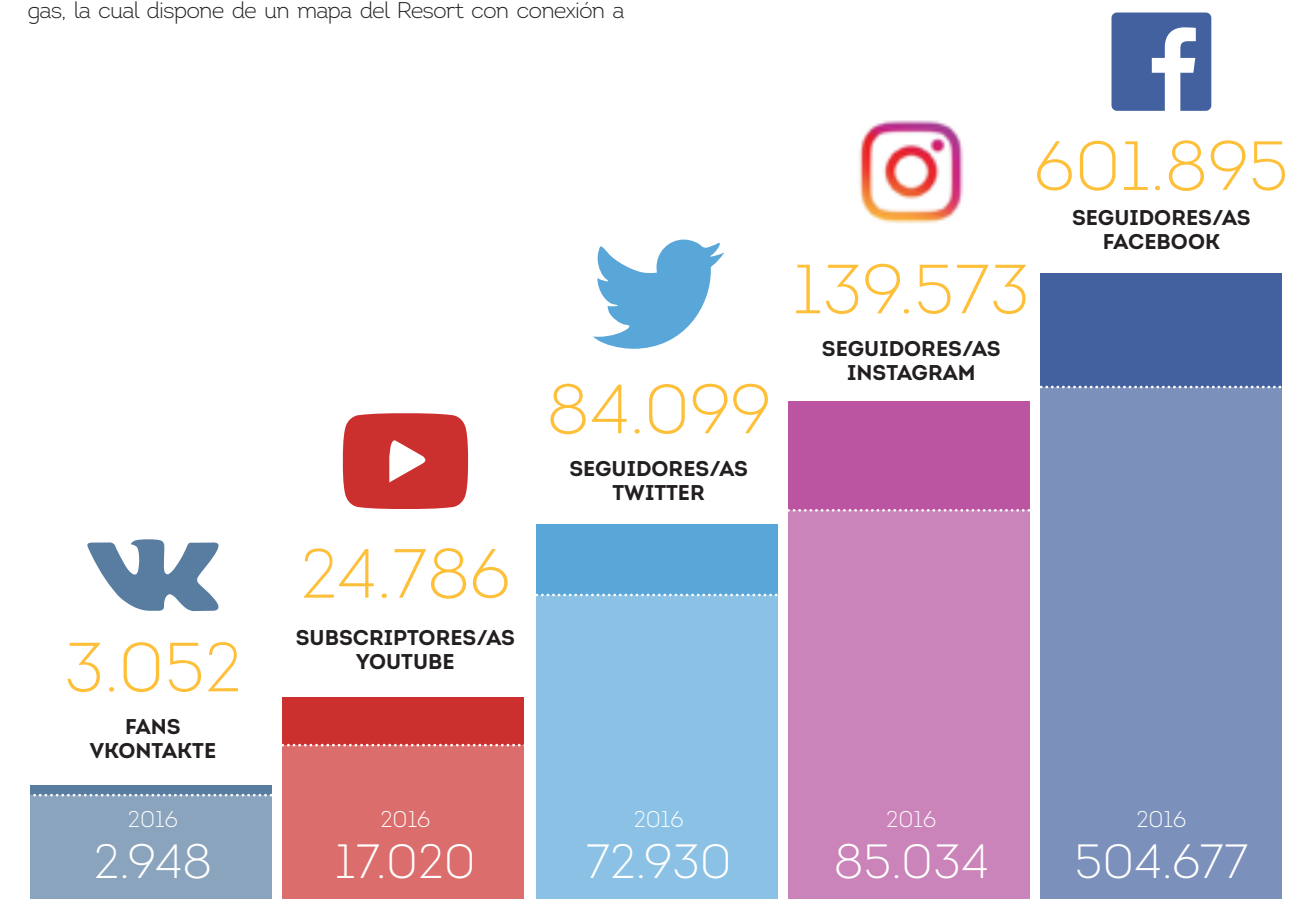
En 2016, PortAventura World lanzó una web multidispositivo que desde 2017 permite conocer mejor al usuario y personalizar la oferta mediante su CRM, que actualmente dispone de 1.200.000 registros.

Además, este año se han lanzado nuevas páginas específicas de Ferrari Land con información de las atracciones, las tiendas, los espectáculos y los restaurantes, que también permiten la compra directa de entradas. Asimismo, se ha lanzado una nueva *app*, que ya cuenta con cerca de 100.000 descargas, la cual dispone de un mapa del Resort con conexión a

Google Maps para mostrar las atracciones, los espectáculos, las tiendas y los hoteles.

Otras de las novedades digitales de 2017 son: la implantación del pago Contactless (a través de *smartphones*, *smartwatches* o tarjetas de crédito RFID), el acceso a los parques vía móvil y la ampliación de la conexión wifi en todo Ferrari Land. Además, en los hoteles, así como en los accesos a los parques y en algunos puntos de restauración, se han implementado sistemas KSS (Kiosk Self Service). Son sistemas de TPV desatendidos que ofrecen información del Resort y permiten la compra de entradas y otros productos con tarjeta.

En 2017, PortAventura World recibió 28.982 puntuaciones en portales de opinión, principalmente en TripAdvisor y Google. En este segundo, el volumen ha incrementado notoriamente, con 10.769 nuevas puntuaciones respecto a 2016.



**+25 % seguidores/as en las redes sociales respecto a 2016**



## La seguridad, un valor corporativo

PortAventura World está firmemente comprometido con la seguridad, uno de sus valores corporativos. Por ello, tiene implantadas medidas estrictas en este ámbito, que es, además, un aspecto clave para la satisfacción de los clientes.

### Excelencia en la seguridad de las instalaciones y las atracciones

Entendiendo la seguridad de las instalaciones como requerimiento indispensable para la seguridad de los clientes, PortAventura World garantiza:

- Mantenimientos, inspecciones y certificaciones más allá de las normas locales, autonómicas y estatales, con el compromiso de certificación anual por parte de una entidad autorizada o tercera parte.
- La existencia de un centro de control, que centraliza el 100 % de la información sobre sucesos en las instalaciones del Resort y garantiza la inmediata respuesta en caso de mal funcionamiento o aviso de incidencia.
- La presencia 24 horas de personal cualificado y suficiente para la primera e inmediata intervención, que minimiza o excluye el riesgo de propagación o de elevación de las consecuencias.
- El funcionamiento del Área de Seguridad, con una estructura que garantiza la seguridad las 24 horas todos los días del año, responsable de coordinar la relación entre la empresa y las fuerzas y cuerpos de seguridad. Su misión es garantizar la protección de las personas ante todo, así como los bienes, los valores, los inmuebles y los negocios de la empresa, además de velar por el normal funcionamiento de los servicios. Para la vigilancia de las instalaciones, el Resort tiene contratado personal de seguridad de una empresa debidamente homologada en el Registro de Empresas de Seguridad de la Dirección General de la Policía. Además, dispone de medios técnicos de protección activos y pasivos (contra actos antisociales, contra incendios y de protección).

Por último, la continua revisión y actualización del plan de autoprotección, no solo para la construcción de nuevas unidades de negocio, sino también para los simulacros, las

inspecciones periódicas y las auditorías parciales de cada unidad, permite cerrar un proceso anual de mantenimientos, inspecciones, certificaciones y planes de emergencia, que garantizan la seguridad de nuestros clientes, incluso ante agentes externos de cualquier índole.



### MEDIDAS DE SEGURIDAD



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



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



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



134  
Simulacros de emergencia realizados en 2017



0  
Incidentes de seguridad en la temporada 2017







## Es objetivo de 2018 obtener la certificación ISO 9001:2015, Gestión y Mantenimiento de las atracciones

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

- **Certificación inicial de todas las atracciones** realizada por TÜV SÜD y TÜV NORD antes de su apertura al público (EN 13814).
- **Inspecciones anuales exhaustivas** certificadas por SGS, entidad independiente autorizada por el Gobierno. Existe un manual de los procedimientos de mantenimiento de cada atracción certificado por la misma entidad.
- **Inspecciones diarias** realizadas de acuerdo con el manual de mantenimiento y los requerimientos aportados

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

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





## IAAPA Comité de seguridad Europeo



Poner al alcance de los visitantes del parque información clara y concisa para el buen uso de las atracciones, así como las restricciones de uso en la entrada de cada atracción, son también aspectos clave para garantizar la seguridad. La información facilitada la remite el fabricante y la revisa y valida la empresa de inspección independiente. Todos los visitantes están sujetos a las normas de funcionamiento de PortAventura Park, PortAventura Caribe Aquatic Park y Ferrari Land.

Adicionalmente, PortAventura World, mediante la figura del *safety manager*, forma parte del Comité de Seguridad Europeo de la Asociación Internacional de Atracciones y Parques de Diversión (IAAPA), en cuyos foros se tratan temas normativos sobre seguridad de las atracciones, comunicación de accidentes o incidentes en los parques y las acciones correspondientes, accesibilidad de las instalaciones y seguridad de los empleados/as.



## Trazabilidad para garantizar la seguridad alimentaria

PortAventura World cumple escrupulosamente los estándares de referencia en materia de calidad y seguridad alimentaria, y dispone de sistemas de gestión para su control y seguimiento. En 2017, se ha llevado a cabo la auditoría de fase I de la ISO 22000 de sistemas de gestión de la seguridad alimentaria, que se superó con éxito. Está previsto que la auditoría de fase II se realice a mediados de 2018, con lo que los hoteles PortAventura y El Paso obtendrían la certificación según esta norma.

Fruto del trabajo para la mejora continua, en 2017 se ha introducido el uso de tabletas para introducir los registros derivados del análisis de peligros y puntos de control crítico (APPCC), lo que permite tener los registros correctamente clasificados aumentando la veracidad y credibilidad de estos. Este sistema se ha implantado en el Hotel PortAventura, Hotel El Paso y todos los *selfservices* y restaurantes con servicio de mesa de PortAventura Park y Ferrari Land. Antes de finalizar la temporada 2018 se implantará también en el resto de hoteles y el resto de unidades de todos los parques.

Para garantizar la implantación de los sistemas de seguridad alimentaria e identificar posibles acciones de mejora, se realizan varios controles y seguimientos:

- **Auditorías higiénico-sanitarias** para supervisar y evaluar el grado de implantación del sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control.

**184 auditorías externas**  
**275 auditorías internas**

*Con el objetivo de implementar la ISO 22000 en todos los centros del Resort, se ha creado el Comité de Seguridad Alimentaria.*

- **Análisis microbiológicos** de platos elaborados en los diferentes puntos de servicio.

- **Auditorías a proveedores** cuando se detectan no conformidades repetitivas o se tiene alguna evidencia de que se esté infringiendo la normativa higiénico-sanitaria vigente. En caso de que la auditoría no obtenga unos mínimos resultados, se procede a la deshomologación del proveedor.

### 4 auditorías externas

Es objetivo de 2018 seguir incrementando el número de auditorías externas a proveedores, habiendo programadas un total de doce, además de realizar un seguimiento exhaustivo de la resolución de las no conformidades. También valoramos, en la fase de homologación de los proveedores, que dispongan de algún tipo de certificación en seguridad alimentaria (ISO22000, BRC o IFS). Los proveedores certificados estarán exentos de las auditorías higiénico-sanitarias de seguimiento.







## Una oferta que incluye alimentación saludable

PortAventura World cuenta con distintos puntos de alimentación en los que se promociona la dieta mediterránea saludable y se ofrece la siguiente variedad gastronómica:

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

El Resort también ofrece una carta especial para personas con celiaquía y, a través del tríptico «Comer sin gluten», se informa sobre los puntos de restauración (res-

taurantes con servicio de mesa, bufés y autoservicios) donde el cliente puede disfrutar de productos aptos para celíacos. Además, para las personas con otras alergias e intolerancias alimentarias, existe la guía «Alergias e intolerancias alimentarias», que informa sobre las distintas posibilidades de restauración en este sentido.

En el momento de hacer la reserva, los hoteles envían al cliente un formulario con el objetivo de que informe con antelación de sus alergias. También disponen de un formulario similar para las reservas en los restaurantes y otro formulario específico que permite acceder con alimentos al parque a las personas con alergias más complicadas.

## Merchandising infantil seguro

Más allá de la legislación vigente en juguetes, marcado CE y etiquetaje, PortAventura World garantiza la seguridad de los artículos de *merchandising* dirigidos al público infantil, sean juguetes o no (no es obligatorio para los artículos que no lo son), lo que significa que estos productos son sometidos a ensayos de seguridad de los juguetes según la norma europea UNE-EN 71 (partes 1-3):

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

El Instituto Tecnológico de Producto Infantil y Ocio es la entidad asesora de PortAventura World en esta materia.





## La satisfacción del cliente, nuestro estímulo para mejorar

El compromiso con la calidad y la excelencia de los servicios responde a uno de los valores corporativos de PortAventura World: la pasión por el cliente. Lograr la máxima satisfacción del cliente es un aspecto crucial y estratégico para PortAventura World.

Con la finalidad de detectar áreas de mejora y evaluar las acciones implantadas, anualmente el Resort lleva a cabo diferentes encuestas de satisfacción, cuyos resultados indican a las distintas áreas de la compañía hacia dónde deben orientar los esfuerzos.

### SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

	2017
Valoración global del día en PortAventura Park	4,19/5
Valoración global del día en PortAventura Caribe Aquatic Park	4,18/5
Valoración global del día en Ferrari Land	3,78/5
Valoración global de la estancia en los hoteles del Resort	4,07/5
Valoración global de PortAventura Convention Centre	4,16/5



#### PORTAVENTURA PARK

4,2/5

Valoración global de satisfacción en PortAventura Park, la segunda mejor nota de los últimos 15 años

#### PORTAVENTURA CARIBE AQUATIC PARK

4,2/5

Valoración global, la segunda mejor nota de la historia del parque

#### FERRARI LAND

85 %

Visitantes que seguro o probablemente recomendarían la visita a Ferrari Land

#### PORTAVENTURA CONVENTION CENTRE

4,2/5

Valoración global, la tercera mejor nota de los últimos 10 años

4,3/5

Valoración de las atracciones, el aspecto mejor valorado por los visitantes

36 %

Visitantes que consideran que la experiencia fue mejor de lo esperado

4,8/5

Valoración de la atracción estrella del parque, Red Force

40 %

Visitantes que consideran que la experiencia fue mejor de lo esperado, 7 puntos más que el año anterior

85 %

Visitantes que valoran su visita al parque como excelente o muy buena

82 %

Visitantes valoran su visita al parque como excelente o muy buena

#### HOTELES

74 %

Visitantes que seguro o probablemente volverán a alojarse en los hoteles del Resort





## COMPROMISOS AMBIENTALES



# Actuamos para proteger el medio ambiente



Para una información más detallada del desempeño ambiental de PortAventura, puede consultar la *Declaración ambiental de 2017* en la web [www.portaventuraworld.com/medio-ambiente](http://www.portaventuraworld.com/medio-ambiente).

## El sistema de gestión ambiental, nuestra mejor herramienta

PortAventura World, coherente con su compromiso con la protección del medio ambiente, organiza su actuación ambiental mediante una política y unas prácticas generales medioambientales, las cuales se integran en la gestión mediante las siguientes certificaciones y reconocimientos:

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

– Desde 2003, distintivo de garantía de calidad ambiental del Departamento de Medio Ambiente y Vivienda de la Generalitat de Catalunya para los hoteles PortAventura, El Paso, Caribe, Gold River y Mansión de Lucy.

– Desde 2007, certificación ISO 14001:2004.

– Desde 2009, sistema de sostenibilidad de Travelife de turismo sostenible en hoteles.

Las responsabilidades del sistema de gestión ambiental en PortAventura World son transversales y recaen en los siguientes órganos:

- **Comité de Dirección, jefes y responsables de área**, que aprueban las propuestas del representante del sistema de gestión medioambiental (RSGMA) en cuanto a la gestión medioambiental del complejo. Dirección es quien firma la política medioambiental.
- **Representante del sistema de gestión medioambiental (RSGMA)**, directivo que vela por la aplicación y el mantenimiento global del sistema de gestión medioambiental y actúa de nexo con el Comité de Dirección.
- **Equipo Verde o Comité Medioambiental**, grupo de trabajo multidepartamental cuyo objetivo es asegurar una correcta y uniforme gestión del medio ambiente en el Resort. Propone y presenta propuestas de mejora, y facilita y establece objetivos de acuerdo con la política medioambiental. Este comité se reúne cada tres meses e informa al Comité de Dirección.

Las auditorías medioambientales que se llevan a cabo periódicamente en PortAventura World permiten evaluar de forma sistemática y objetiva la eficacia de la organización y del sistema de gestión para la protección del medio ambiente. En 2017, se llevaron a cabo las auditorías internas y externas para la certificación según la versión 2015 de la norma ISO 14001.

# 27

**Auditorías internas**

# 4

**Auditorías externas**

# 758.000 €

**Inversiones ambientales**  
(+21 % respecto a 2016)

*PortAventura World se suma a la iniciativa «Hostelería #PorElClima», impulsada por Coca-Cola, que tiene por objetivo consolidar una comunidad de actores públicos y privados del sector hostelero comprometidos con la lucha contra el cambio climático.*

*En 2018, se incorporará Ferrari Land a las certificaciones EMAS y ISO 14001*





ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES SIGNIFICATIVOS 2017



Consumo de agua potable



Residuo de papel/cartón Residuos de escombros



Emisión de gases a la atmósfera procedentes del transporte de clientes

## Sensibilizamos al personal y a los visitantes

La protección del medio ambiente requiere de la implicación de todos, por lo que PortAventura World apuesta por la sensibilización medioambiental del personal y de los visitantes a través de distintas acciones de comunicación y formación.

**Dirigidas a los visitantes**

- Nuevos contenedores exteriores de reciclaje en la zona *drop off* de clientes y en el área Far West.
- Nuevos contenedores de segregación de residuos en grandes zonas de restauración de clientes: The Old Steak House (Far West), Jeremias' (Far West), La Cantina (México), Cactus Express (México), Sichuan (China) y El Pòsit (Mediterrània).
- Plan de comunicación externa mediante las redes sociales para difundir el Día Mundial por la Reducción de las Emisiones de CO<sub>2</sub>, el Día Mundial del Agua, el Día de la Tierra y el Día Mundial del Medio Ambiente.
- Comunicación específica en el Día Mundial del Turismo, en el marco de la adhesión de PortAventura World al Año Internacional del Turismo Sostenible.

**Dirigidas al personal**

- Comunicación de la adhesión de PortAventura World al Año Internacional del Turismo Sostenible.
- Comunicación de la revisión y publicación de documentos corporativos en materia de medio ambiente: actualización del manual de prácticas generales medioambientales, revisión de la política medioambiental de 2017, declaración medioambiental e *Informe de responsabilidad corporativa* de 2016.

- Comunicación sobre la tercera edición de los Premios Re Think Hotel, en los que PortAventura recibió una mención especial.
- Comunicación de la renovación del distintivo de garantía de calidad ambiental en hoteles (Hotel PortAventura, Hotel El Paso, Hotel Caribe y Hotel Gold River).
- Formación corporativa sobre el compromiso con el medio ambiente y formación ambiental específica para las nuevas incorporaciones mediante la plataforma de formación en línea.
- Formación medioambiental presencial en la unidad específica del puesto de trabajo para las nuevas incorporaciones y para algunos reingresos.
- Comunicaciones de sensibilización con motivo de fechas relevantes sobre medio ambiente y el despilfarro alimentario.

**Eventos sostenibles en el Centro de Convenciones**

En 2017, PortAventura Business & Events ha publicado la guía *Ideas, consejos y sugerencias para convertir un evento en más sostenible y comprometido con el medio ambiente*, disponible en la página web [www.portaventuraevents.com](http://www.portaventuraevents.com) y que incluye los servicios que el cliente puede contratar si opta por un evento ambientalmente responsable.

La guía incluye propuestas para minimizar el consumo de materiales, calcular las emisiones de CO<sub>2</sub> generadas, compensar la huella de carbono cooperando con alguna iniciativa, utilizar elementos reciclados o reutilizables para la decoración y promover actividades de cohesión de grupo que fomenten el respeto por el medio ambiente.

## Campaña «Comer bien no tiene desperdicio»

PortAventura World ha impulsado una campaña de sensibilización para reducir el despilfarro alimentario en los comedores del personal. La campaña consiste en pesar los alimentos desechados durante una semana en el comedor de La Cantina para conocer y comunicar la evolución de la cantidad.

Además, se ha facilitado al personal una serie de consejos para evitar que coman por los ojos, para que informen al personal que los atiende si desean una ración más reducida y para que se sirvan solo la cantidad que vayan a comer de pan o en los bufés de ensaladas.

## Consumo responsable de recursos

### Agua

El agua es un elemento fundamental en el funcionamiento y la tematización del Resort, por lo que la correcta gestión de este recurso es uno de nuestros mayores retos. Llevamos un control diario del consumo de agua y el objetivo es reducirlo mediante las pruebas de estanqueidad, el riego automático en los parques, los equipos de fontanería con sistemas de ahorro y el control de fugas potenciales.

Ciqua es el laboratorio propio de control interno de calidad del agua de PortAventura World. Su función es planificar, realizar y supervisar los controles analíticos del agua de consumo humano (para beber, higiene y baño), el agua recreativa (atracciones, fuentes y efectos ornamentales), el agua regenerada para el riego y las aguas residuales. Este control no solo aplica la normativa en materia de aguas sino que va más allá: aumenta las frecuencias de control respecto a lo requerido y realiza controles de calidad en las aguas recreativas que no tienen legislación específica para velar por la seguridad de los visitantes, todo ello bajo la certificación de calidad según la norma ISO 9001.

**Principales acciones de mejora en 2017**

- Sustitución de la grifería de lavamanos en los baños del parque por grifería con sensor para evitar el desperdicio de agua.
- Sustitución de las tuberías de agua de los edificios del Hotel Gold River con el fin de evitar fugas de agua por deterioro.



9%

**Disminución del consumo de agua para el consumo humano por cada 1.000 visitas en parques respecto a 2016**





**CONSUMO ANUAL DE AGUA SEGÚN ORIGEN Y UTILIDAD (m³)**

	2015	2016	2017
<b>Agua procedente del suministro municipal</b>	<b>786.395</b>	<b>768.652</b>	<b>885.289</b>
Agua para el consumo humano (utilizada en restaurantes, aseos, higiene personal, limpieza, etc.)	492.730	455.820	550.917
PortAventura Park / PortAventura Caribe Aquatic Park	324.326	275.969	270.213
Ferrari Land	-	-	34.900
Hoteles	167.475	179.106	244.991
PortAventura Convention Centre	929	745	813
Agua recreativa y para el baño <sup>1</sup>	291.055	311.638	331.293
PortAventura Park / PortAventura Caribe Aquatic Park	159.195	206.417	220.998
Hoteles	131.860	105.221	110.295
Agua para el riego <sup>2</sup>	2.610	1.194	3.079
PortAventura Park / PortAventura Caribe Aquatic Park	1.856	1.040	1.690
Ferrari Land	-	-	127
Hoteles	754	154	1.262
<b>Agua regenerada para el riego procedente de EDAR<sup>3</sup></b>	<b>187.363</b>	<b>265.396</b>	<b>327.359</b>
PortAventura Park / PortAventura Caribe Aquatic Park	107.928	170.206	185.248
Ferrari Land	-	-	13.943
Hoteles	70.293	76.049	111.270
PortAventura Convention Centre	9.142	19.141	16.898
<b>Total</b>	<b>973.758</b>	<b>1.034.048</b>	<b>1.212.648</b>
<b>Consumo total de agua procedente del suministro municipal para el baño, para el uso de consumo humano y recreativo en PortAventura World (m³ por cada 1.000 visitas-pernoctaciones y año)</b>	<b>198,91</b>	<b>196,94</b>	<b>187,10</b>
<b>Consumo total de agua para el riego en PortAventura World (m³/m² ajardinados)</b>			
Agua para el riego procedente de suministro municipal	0,0042	0,0019	0,0048
Agua regenerada para el riego procedente de EDAR	0,30	0,43	0,51

Los datos proceden de mediciones directas de contadores.

(1) Ferrari Land no dispone de consumo de agua recreativa y para el baño.

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

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

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





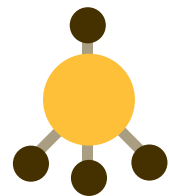
## Energía

PortAventura World dispone de un sistema de gestión de la energía controlado desde un centro de control que permite hacer un seguimiento diario de los consumos. Este sistema centraliza autómatas programables (PLC), responsables del control de los principales consumidores energéticos distribuidos por las instalaciones del Resort. Algunas de las medidas implantadas para incrementar la eficiencia energética son el uso de bombillas de bajo consumo o LED, el control de consumos eléctricos mediante sistema informático, etc. Además, los hoteles también disponen de llave de conexión para disponer de energía en la habitación, desconexión del aire acondicionado al abrir la ventana, etc.

### Principales acciones de mejora en 2017

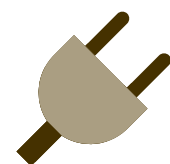
- Implantación del sistema de control horario en Ferrari Land.
- Mejora de la eficiencia energética con equipos para automatizar los focos del restaurante La Cantina y cambio de las luminarias a LED.
- Renovación de equipos de control para automatizar la iluminación en PortAventura Park.
- Remodelación de la cocina del Hotel PortAventura con instalación de iluminación LED, mejora en los aislamientos y adquisición de equipos frigoríficos de mayor eficiencia.
- Mejora del control de climatización con la instalación de puertas entre la zona de eventos y la de cocina en el restaurante La Cantina.
- Adquisición de siete *buggies* eléctricos para uso interno del personal.
- Promoción del uso de vehículos eléctricos por parte de nuestros contratistas con mayor puntuación en la licitación.
- Realización de un plan de estudio de la movilidad eléctrica, incluyendo la flota y la infraestructura. En 2018, se prevé poner a disposición de la plantilla una plataforma para compartir vehículo.

**El 100 % de la electricidad consumida en PortAventura World en 2017 procede exclusivamente de fuentes de energía renovable sin emisiones de CO<sub>2</sub> (garantía de origen)**



4 %

**Disminución del consumo de electricidad por cada 1.000 visitas en el conjunto de las instalaciones del Resort, incluido Ferrari Land, respecto a 2016**



22 %

**Disminución del consumo de gas natural por cada 1.000 visitas en el conjunto de las instalaciones del Resort, incluido Ferrari Land, respecto a 2016**







**CONSUMO ANUAL DE ENERGÍA (MWh)**

	2015	2016	2017
<b>Electricidad</b>	<b>36.682</b>	<b>36.211</b>	<b>41.186</b>
PortAventura Park / PortAventura Caribe Aquatic Park	22.341	22.223	21.840
Ferrari Land	-	-	3.625
Hoteles	12.634	12.584	13.781
PortAventura Convention Centre	1.707	1.405	1.940
<b>Gas natural</b>	<b>7.817</b>	<b>8.544</b>	<b>7.833</b>
PortAventura Park / PortAventura Caribe Aquatic Park	1.950	1.670	1.528
Ferrari Land	-	-	64
Hoteles	5.844	6.849	6.236
PortAventura Convention Centre	23	24	5
<b>Otros</b>	<b>1.354</b>	<b>1.116</b>	<b>1.011</b>
Carburantes	1.290	1.032	912
Gas propano	64	84	99
<b>Total</b>	<b>45.853</b>	<b>45.871</b>	<b>50.030</b>

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

	2015	2016	2017
<b>Electricidad</b>	<b>7,36</b>	<b>7,32</b>	<b>7,06</b>
PortAventura Park / PortAventura Caribe Aquatic Park / Ferrari Land	5,67	5,70	5,40
Hoteles	13,13	12,88	13,08
PortAventura Convention Centre	20,99	19,39	28,21
<b>Gas natural</b>	<b>1,57</b>	<b>1,73</b>	<b>1,34</b>
PortAventura Park / PortAventura Caribe Aquatic Park / Ferrari Land	0,49	0,43	0,34
Hoteles	6,07	7,01	5,92
PortAventura Convention Centre	0,28	0,33	0,07
<b>Total</b>	<b>8,93</b>	<b>9,05</b>	<b>8,40</b>



# Valorización de residuos y calidad de las aguas residuales

## Residuos

PortAventura World dispone de un área que se ocupa de la gestión de los residuos y, con este fin, contrata a empresas especializadas del sector. Dichas empresas se encargan de instalar contenedores para el acopio de las distintas fracciones de residuos, así como de recogerlos y de transportarlos hasta el gestor autorizado para la valorización y el tratamiento posterior. El número de fracciones de residuos depende del tipo de actividad y la valorización se mantiene como la principal vía de gestión para los residuos, frente al tratamiento o la deposición.

### Principales acciones de mejora en 2017

- Ubicación de contenedores de segregación de residuos en grandes zonas de restauración de clientes.
- Mejora de la gestión de residuos en el centro de convenciones.
- Instalación de nuevos contenedores de reciclaje en los exteriores de la zona Far West para fomentar la separación por parte de los clientes.

- Reutilización de materiales mediante la donación a entidades sociales de material en desuso (como el procedente de la renovación de mobiliario en nuestros hoteles).

- Mejora de la segregación de residuos en áreas internas.

En valores absolutos, en 2017, la generación de residuos ha aumentado un 9,71 % respecto a 2016 debido al incremento de días abiertos de PortAventura Park, la puesta en marcha de Ferrari Land y el retorno de Cirque du Soleil, hechos que han contribuido a aumentar las visitas en un 18 %.

### CANTIDAD DE RESIDUOS GENERADOS (t)

	2015	2016	2017
Residuos no peligrosos	3.557	3.522	3.869
Residuos peligrosos	49	23	20
<b>Total</b>	<b>3.606</b>	<b>3.545</b>	<b>3.889</b>



0,67 t

Residuos generados por cada 1.000 visitas

34

Fracciones de residuos segregadas

-7 %

Residuos generados por cada 1.000 visitas respecto a 2016

-14 %

Residuos peligrosos generados respecto a 2016

89 %

Residuos valorizados

## MÉTODOS DE GESTIÓN DE LOS RESIDUOS

	2017
Gestión a través de un centro de recogida y transferencia	2,08 %
Compostaje	14,15 %
Reciclaje de papel y cartón	11,13 %
Reciclaje y recuperación de metales y compuestos metálicos	2,70 %
Reciclaje de vidrio	2,06 %
Reciclaje de plásticos	50,98 %
Deposición de residuos inertes	9,70 %
Reutilización en la construcción	0,94 %
Reciclaje y reutilización de maderas	4,01 %
Regeneración de disolventes	0,01 %
Recuperación de productos alimentarios	0,77 %
Deposición de residuos no especiales	0,39 %
Tratamiento físico-químico y biológico	0,97 %
Recuperación de cables	0,03 %
Regeneración de aceites minerales	0,08 %

## Inicio del proyecto para el aprovechamiento de alimentos

El Resort ha iniciado, en el mes de noviembre, la implantación de un proyecto de aprovechamiento alimentario que consiste en congelar los alimentos sobrantes no expuestos (envasados y etiquetados) que generan los hoteles, los restaurantes con servicio de mesa y auto-servicios al cierre del domingo para poder donarlos. Los alimentos recogidos cumplen escrupulosamente los estándares de seguridad alimentaria que son de aplicación. El Taller Baix Camp se encarga de recogerlos y posteriormente distribuirlos a distintas entidades de la ciudad de Reus, así como al Banco de alimentos de la provincia de Tarragona, que también los distribuye a familias de otras poblaciones. PortAventura World y las organizaciones colaboradoras prevén ir ampliando este servicio de recogida a otras instalaciones del Resort.

334 kg

Alimentos recogidos en 2017

## Aguas residuales

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

Todas las aguas residuales generadas en el Resort circulan por una red de alcantarillado hasta la estación depuradora de aguas residuales (EDAR) de Vila-seca y Salou, en la cual se concluye un tratamiento terciario que rege-

nera el agua para su uso como agua de riego en el Resort e incluso en algunos parques y jardines del municipio de Vila-seca. Periódicamente, se realizan controles internos voluntarios de la calidad de las aguas vertidas en los cuatro colectores existentes: Vila-seca, General (Salou), Hotel El Paso y Hotel Caribe. Esto nos permite disponer de un conjunto de datos para promover actuaciones de mejora en caso necesario.

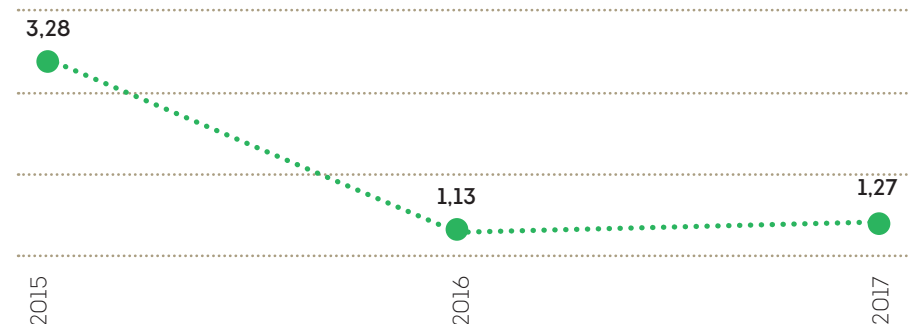


## Mitigación de la huella de carbono

Las emisiones a la atmósfera no son relevantes en la actividad de PortAventura World, aunque se pone especial atención en el control de estas. Los puntos de emisión son las locomotoras de los trenes de vapor de gasóleo, las calderas de calefacción y agua caliente de gas natural, la carpintería y pintura, los vehículos de motor y la combustión de gas natural en el Templo del Fuego y FiestAventura. Para los tres primeros puntos, se realizan mediciones de emisión a la atmósfera cada tres años, cuyos valores se sitúan dentro de los límites establecidos por la legislación vigente. Los dos últimos puntos se consideran como emisiones difusas y se gestionan mediante el control de los consumos.

Desde el año 2008, PortAventura World trabaja en el cálculo de la huella de carbono de su actividad y cuantifica las emisiones de gases de efecto invernadero expresadas en toneladas de CO<sub>2</sub>. Los cálculos se basan en la *Guia pràctica per al càlcul d'emissions de gasos amb efecte hivernacle (GEH)* de la Oficina Catalana del Cambio Climático, según la versión anual vigente.

### EMISIONES ANUALES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (t de CO<sub>2</sub> por 1.000 visitas-pernoctaciones y año)<sup>1</sup>



(1) En 2016 y 2017, las emisiones indirectas asociadas al consumo de electricidad son de 0 toneladas CO<sub>2</sub>/kWh, debido a que el 100 % del suministro procede exclusivamente de fuentes de energía renovable libre de emisiones de CO<sub>2</sub> con garantía de origen.

Fuentes: Para el cálculo de la estimación de las emisiones de gases de efecto invernadero, expresadas en toneladas de CO<sub>2</sub>, se han tenido en cuenta las emisiones fugitivas de gases fluorados procedentes de los equipos de refri-

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

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





## Bienestar animal y conservación de las especies

PortAventura World, como parque zoológico, contribuye de forma activa a la conservación de las especies. Además de desarrollar acciones de divulgación de la biodiversidad de las aves que forman parte del espectáculo *Aves del paraíso* en sus instalaciones, colabora con la Fundación

Barcelona Zoo en el desarrollo de proyectos de conservación de aves. Actualmente, se está llevando a cabo el proyecto de conservación del alcaudón chico (*Lanius minor*), un ave migratoria en peligro de extinción.

### Buenas prácticas para el bienestar animal

PortAventura World dispone de un programa avanzado de atención veterinaria para los animales del parque zoológico y de un protocolo de control de las condiciones higiénicas del almacenaje, la preparación y el suministro de sus alimentos.

Además, aplica un conjunto de medidas de enriquecimiento ambiental. A modo de ejemplo, todas las aves disponen de perchas con diferentes formas para ofrecer una variedad de posibilidades de apoyo, y las jaulas con rapaces cuentan con perchas con un acolchamiento especial para evitar la formación de clavos en las garras.

También se introducen objetos en forma de juguetes en las jaulas para que los pájaros puedan interactuar y estimular los sentidos. En los recintos de aves muy pesadas, los suelos son blandos para imitar la pisada del bosque y así evitar malformaciones.

Las aves son bañadas a diario para mantener en perfecto estado su plumaje. Además del ejercicio que realizan en sus jaulas, cada día salen a volar al exterior con su entrenador, lo cual refuerza su relación con el entorno en el que viven y las mantiene en una saludable forma física. También se mantiene a las aves a una temperatura adecuada y las más asustadizas son protegidas con barreras visuales.

Por último, el Resort dispone de un libro de registro de entrada y salida de animales para saber en todo momento cuáles se encuentran en las instalaciones. Existe un sistema que controla cualquier intrusión de personas o animales depredadores que pudieran afectar al confort o a la integridad de los animales. Los espectáculos se supervisan diariamente y, en caso de incidencia que pueda influir en la salud o la integridad de los animales, se informa al instante.







# COMPROMISOS ECONÓMICOS



# Una política de inversión consistente para un modelo de éxito



## La fortaleza de un modelo de negocio sostenible

El año 2017 es una nueva muestra de la fortaleza del modelo de negocio de PortAventura World, que ha permitido obtener sólidos resultados económicos. Todas las líneas de negocio han crecido, destacando la división de parques, con un aumento de un 16 % respecto a 2016, a raíz, en parte, de la puesta en marcha de Ferrari Land. La división de hoteles se ha beneficiado de la buena evolución del negocio de parques y de eventos y ha alcanzado un nuevo récord de empleo en 2017.

El crecimiento sostenido del grupo se sustenta en la procedencia de los clientes, con un importante peso de los mercados internacionales –principalmente Francia, Reino Unido y Rusia– y la continua mejora del mercado nacional.

**En 2017, la facturación de PortAventura World crece en un 16 % respecto a 2016 y alcanza los 235 millones de euros**

**+16 %**

**Ingresos de parques respecto a 2016**

**+14 %**

**Ingresos de hoteles respecto a 2016**

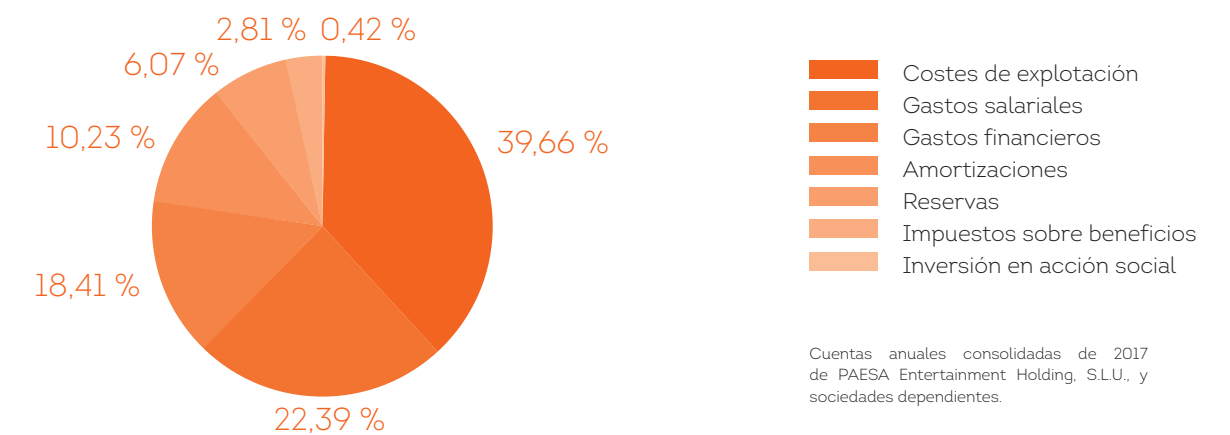
**+73 %**

**Ventas del negocio de eventos respecto a 2016**

### PRINCIPALES MAGNITUDES (MILES DE EUROS)

	2015	2016	2017
<b>Magnitudes del balance</b>			
Activo no corriente	934.196	968.483	997.964
Activo corriente	19.802	27.320	44.740
Patrimonio neto y pasivo	953.998	995.803	1.042.704
Pasivo corriente y no corriente	492.577	515.062	548.418
<b>Magnitudes de la cuenta de resultados</b>			
Facturación equivalente	191.160	203.055	234.957

### ESTADO DEL VALOR AÑADIDO 2017



Cuentas anuales consolidadas de 2017 de PAESA Entertainment Holding, S.L.U., y sociedades dependientes.



## Ferrari Land, nuestra apuesta de futuro

El 2017 ha sido un año especial para el grupo, que en los últimos años ha llevado a cabo una consistente política de inversión para desarrollar dentro de una única destinación turística diferentes áreas de negocio relacionadas con el entretenimiento y el negocio hotelero y de eventos.

La apertura de Ferrari Land permite dar un paso más en la estrategia de expandir la oferta de productos y de posicionar PortAventura World como uno de los mayores resort familiar del Mediterráneo. Con una inversión de casi 100 millones de euros, el nuevo parque Ferrari Land ofrece a los clientes una nueva experiencia vinculada a la marca del *Cavallino Rampante* en una superficie de 70.000 m<sup>2</sup> con 11 atracciones.

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



## Ferrari Land convierte PortAventura World en un destino vacacional de referencia mundial

El espíritu de Ferrari Land es un homenaje al patrimonio artístico italiano y un tributo a Enzo Ferrari, representado en sus icónicos coches, símbolos de la velocidad, la tecnología y la innovación. Ferrari Land ha sido diseñada para vivir la verdadera emoción del mito Ferrari. El nuevo parque, que ocupa 70.000 m<sup>2</sup>, dispone de 11 atracciones destinadas a toda la familia, con un gran componente de tecnología y adrenalina.

El nuevo parque está presidido por el espectacular edificio principal de Ferrari Experience, el corazón de Ferrari Land, donde toda la familia puede vivir una experiencia inmersiva en los dos mundos de la marca italiana –el mundo GT y la F1–, a través de dos atracciones tecnológicamente muy innovadoras que se han convertido en referencia mundial.

La experiencia F1 está representada en la atracción Racing Legends, un teatro de tipo *omnimax*, con una cúpula envolvente, en la que los visitantes pueden sentirse como pilotos conduciendo un Ferrari en Roma o por

los circuitos más conocidos del mundo. La experiencia GT llega de la mano de Flying Dreams, una atracción que hace volar a los visitantes alrededor del mundo a bordo de un Ferrari GT. Ambas atracciones son aptas para los más pequeños. También en el interior de Ferrari Experience se puede visitar Ferrari Gallery, un espacio interactivo.

Red Force, el acelerador vertical más alto y más rápido de Europa, corona el *skyline* del parque. Esta atracción permite experimentar una aceleración de 180 km/hora en solo 5 segundos y alcanzar una altura de 112 metros.

Además, se puede disfrutar del circuito de carreras Maranello Grand Race, un divertido recorrido en bólidos GT de la firma italiana a lo largo de un trayecto de más de medio kilómetro. Junto al circuito, se encuentran las Thrill Towers, dos torres que tienen toda la apariencia de pistones gigantes de un coche de Fórmula 1. Cada torre tiene sus propias características y ofrece experiencias distintas a los que decidan probarlas: una de caída libre y otra de rebote.

Además, el visitante encuentra 8 simuladores semiprofesionales, llamados Pole Position Challenge, donde puede poner a prueba su pericia como piloto. En Junior Championship, niños y niñas pueden subir a una reproducción en miniatura de un Fórmula 1. Ferrari Land cuenta con su propio Pit Stop Record, donde dos equipos pueden competir para ser los más rápidos en cambiar las ruedas de un Fórmula 1. Asimismo, el visitante encuentra en Kids' Podium una estructura de entretenimiento para los más pequeños.

El nuevo parque contiene también una gran selección de puntos de restauración que sumergen al visitante en un ambiente auténticamente italiano: desde una tradicional *trattoria* italiana, inspirada en el restaurante de Maranello (sede de Ferrari), a un *fast food* temático inspirado en la leyenda de los pilotos Ferrari con recetas clásicas, pasando por una deliciosa heladería italiana, que recupera la tradición heladera de este país, de reconocimiento internacional.

Los visitantes también pueden descubrir la tienda oficial Ferrari, en la que llevarse el mejor recuerdo de su experiencia en el parque y los productos más exclusivos de la marca. Asimismo, encontrarán un punto de *photo-opportunity* junto a la entrada del acelerador vertical.

Los espectáculos son una de las señas de identidad de PortAventura World. Por ello, Ferrari Land también cuenta con sus propios espectáculos: un *show* acrobático con una exclusiva exhibición de BMX, gimnasia artística y básquet acrobático, y una variada animación de calle que ameniza el recorrido por el parque, con danzas y una representación del folclore italiano.

En 2018, está prevista la apertura de la Kid's Area de Ferrari Land, que contará con atracciones dirigidas al público infantil.



# Proveedores alineados con nuestra estrategia



## Los proveedores, pieza clave de la cadena de valor

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

PortAventura World dispone de un portal de proveedores para una gestión adecuada de la cadena de suministro. En el portal, se registran los proveedores homologados según los siguientes criterios de evaluación:

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

Mediante este portal, accesible desde la web corporativa de PortAventura World, se realiza el proceso de homologación. La inclusión de criterios de responsabilidad corporativa asegura que los proveedores están alineados con los principios de sostenibilidad de la compañía.

La aceptación del Código de ética y conducta profesional de PortAventura World es necesaria para la gran mayoría de proveedores que deseen homologarse y para participar en los procedimientos reglados de licitación de contratos de obras, servicios o suministros, en los que se aplican

principios análogos a los de la contratación pública, como la transparencia, la igualdad de trato y la libertad de acceso. Las áreas de Asesoría Jurídica y Compras intervienen en la homologación y supervisan el proceso, además se diferencian las fases de selección, adjudicación, formalización de contratos y pago de obras, servicios o suministros. Las áreas de Prevención, Calidad Alimentaria y Responsabilidad Corporativa participan de forma indirecta en el proceso de homologación de proveedores.

### 95 %

**Proveedores con actividad evaluados según criterios ambientales, de prácticas laborales y de derechos humanos en 2017**

### 83 %

**Proveedores activos homologados con resultado favorable en 2017**

### 84 %

**Nuevos proveedores evaluados según criterios ambientales, de prácticas laborales y de derechos humanos en 2017<sup>(1)</sup>**

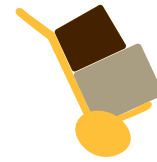
(1) Respecto a anteriores ediciones del informe, se ha cambiado la fórmula de cálculo del indicador para que sea más fiel a la realidad de PortAventura World. Para el cálculo se han considerado todos los proveedores nuevos de 2017 con actividad y con una facturación superior a 3.000 €, incluyendo los homologados y los no homologados, todos ellos sometidos a un proceso de evaluación.





## II Edición Diálogo con proveedores

Por segundo año consecutivo, ha tenido lugar la jornada «Diálogo con proveedores», un evento que tiene por objetivo implicar a este colectivo en la estrategia de negocio del Resort. El encuentro tuvo lugar en el PortAventura Convention Centre y reunió a 90 empresas distintas. En la jornada se expuso a los proveedores el presente y futuro de la compañía, el calendario de compras 2017-2020 y el sistema de evaluación, que se basa en la equidad y la sostenibilidad.



122

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

81 %

Proveedores nacionales (España)

97 %

Proveedores de países europeos

87 %

Facturación a proveedores nacionales (España, IVA incl.)

1.048

Proveedores





## Alianzas estratégicas con patrocinadores y colaboradores

PortAventura World cuenta con patrocinadores oficiales y colaboradores de prestigio para ofrecer al visitante la mejor experiencia también en productos y servicios.



## Auditorías sociales a fábricas asiáticas

PortAventura World hace extensivo su compromiso con la sostenibilidad a las relaciones con los proveedores de productos fabricados en Asia que se venden en nuestros establecimientos. Desde 2016, se admiten certificaciones para constatar el cumplimiento exigido en las auditorías sociales en las fábricas de proveedores en Asia (China, Tailandia, Bangladesh e Indonesia). Tanto las empresas

auditoras como las certificaciones aceptadas son de reconocido prestigio y se les exige un elevado grado de cumplimiento para ser aceptadas. Así mismo, no se ha establecido una relación comercial con los proveedores cuyas fábricas no alcanzan la nota mínima exigida o no han aceptado la realización de dicha auditoría.

Certificación aceptada	Principales temas analizados	Número de auditorías 2017
Asia Inspection	Higiene, salud y seguridad, gestión de residuos, trabajo infantil y juvenil, prácticas laborales (incluidos el trabajo forzoso, la representación de la plantilla, las prácticas disciplinarias y la discriminación) y horas de trabajo y salarios.	9
SEMEX (Auditoría social SMETA)	Sistemas de gestión y código de implantación, libertad de elección de empleo, libertad de asociación, seguridad y condiciones higiénicas, trabajo infantil, salarios y beneficios, discriminación, empleo regular, subcontratación y trabajo en casa, trato severo o inhumano, derecho al trabajo, medio ambiente y ética del negocio.	11
BSCI	Sistema de gestión social y efecto cascada, implicación y protección de los empleados/as, derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva, no discriminación, salarios justos, horas de trabajo decentes, salud y seguridad laboral, trabajo infantil, protección especial del personal joven, empleo precario, servidumbre por deudas, protección ambiental, comportamiento ético del negocio.	7
ICTI	Horas de trabajo, salarios y compensación, trabajo de menores de edad, trabajo forzoso u obligatorio, prácticas disciplinarias, discriminación, representación del personal, instalaciones, protección contra incendios y medio ambiente, salud y seguridad.	15
SA8000:2008	Trabajo infantil, trabajo forzoso u obligatorio, salud y seguridad, libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva, discriminación, prácticas disciplinarias, horas de trabajo, remuneración y sistemas de gestión.	4
INTERTEK	Prácticas laborales, salarios y horas de trabajo, salud y seguridad, sistemas de gestión y medio ambiente.	3
<b>Total</b>		<b>49</b>

## PortAventura World con la iniciativa «Hostelería #PorElClima» de Coca-Cola

La iniciativa se traduce en una web dirigida al sector de la hostelería con recomendaciones en seis ámbitos: agua, energía, consumo responsable, residuos, movilidad y huella de carbono. Su finalidad es ayudar a los establecimientos hosteleros a aplicar acciones que los conviertan en espacios más sostenibles y a reducir su huella ambiental para contribuir a frenar el cambio climático.

«Hostelería #PorElClima» nace tras el lanzamiento de «Compromiso #PorElClima» y «Comunidad #PorElClima», ambas iniciativas suscritas por Coca-Cola.







# ÍNDICE DE CONTENIDOS DE GRI



La siguiente tabla presenta el índice de contenidos básicos generales y específicos de la organización Global Reporting Initiative (GRI) según GRI Standards para la opción *De conformidad - Esencial*. En la tabla, se indica el año de publicación del estándar GRI utilizado.

### Fundación y contenidos básicos generales

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
<b>GRI 102 Contenidos básicos generales 2016</b>			
<b>Perfil de la organización</b>			
102-1 Nombre de la organización	5, 16		●
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	16		●
102-3 Ubicación de la sede	Avda. Alcalde Pere Molas, km 2 43480, Vila-seca, Tarragona		●
102-4 Ubicación de las operaciones	16		●
102-5 Propiedad y forma jurídica	5		●
102-6 Mercados servidos	68-69		●
<b>Origen de las visitas de PortAventura World</b>			
	2015	2016	2017
Cataluña	1.396.497 37%	1.404.277 36%	1.573.282 34%
Resto de España	1.173.365 31%	1.208.831 31%	1.532.843 33%
Reino Unido / Irlanda	240.229 6%	281.667 7%	335.289 7%
Francia	669.349 18%	670.528 17%	805.074 17%
Rusia / Ucrania	184.353 5%	155.540 4%	175.993 4%
Otros	149.413 4%	176.058 5%	234.228 5%
Total	3.813.206 100%	3.896.901 100%	4.656.709 100%
Visitas internacionales de PortAventura World	1.243.344 33%	1.283.793 33%	1.550.584 33%
<b>Perfil de las visitas de PortAventura World</b>			
	2015	2016	2017
Familias	3.104.238 81%	3.134.439 80%	3.778.168 81%
Amigos	445.483 12%	452.669 12%	567.072 12%
Escolares	200.172 5%	239.212 6%	232.319 5%
Resto	63.312 2%	70.582 2%	79.150 2%
Personas mayores	3.491 -	3.672 -	3.132 -
Empresas	52.089 -	58.450 -	61.295 -
Solos	7.732 -	8.461 -	14.723 -
Total	3.813.206 100%	3.896.901 100%	4.656.709 100%
Visitas de PortAventura World que son familias	3.104.238 81%	3.134.439 80%	3.778.168 81%

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
102-7 Dimensión de la organización	12-13, 17, 105		●
	2015	2016	2017
Millones de visitas parques	3.940.444	3.896.901	4.715.088
PortAventura Park	3.499.375	3.528.908	3.607.937
PortAventura Caribe Aquatic Park	313.831	367.993	335.351
Ferrari Land	-	-	713.421
Cirque du Soleil	127.238	-	58.379
Visitas internacionales	33 %	33 %	33 %
Habitaciones ocupadas	334.409	337.219	376.026
Centro de Convenciones			
Participantes	81.352	72.461	68.782
Eventos celebrados	184	226	259
<b>Visitas totales (parques, hoteles y Centro de Convenciones)</b>	<b>4.984.092</b>	<b>4.946.389</b>	<b>5.837.509</b>
102-8 Información sobre empleados/as u otros trabajadores/as	49		●
	2015	2016	2017
<b>Tamaño de la plantilla (a 31 de diciembre)</b>			
Personal propio	1.439	1.490	1.692
Hombres	499	519	620
Mujeres	940	971	1.072
Personal externo que accede a las instalaciones del Resort	388	319	299
Nota: La Fundación PortAventura, entidad independiente de PortAventura World, tiene una persona trabajadora en plantilla. Este 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 a la persona trabajadora de la Fundación.			



Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
-------------	----------------------------	-----------	--------------

**Plantilla según el tipo de contratación y jornada (a 31 de diciembre)**

		Contratación		Jornada	
2015	Hombres	Indefinida	351	Completa	452
	Mujeres		732		742
	Hombres	Eventual	148	Parcial	47
	Mujeres		208		198
2016	Hombres	Indefinida	383	Completa	464
	Mujeres		737		741
	Hombres	Eventual	136	Parcial	55
	Mujeres		234		230
2017	Hombres	Indefinida	476	Completa	555
	Mujeres		866		863
	Hombres	Eventual	144	Parcial	65
	Mujeres		206		209

**Plantilla según categoría laboral (a 31 de diciembre)**

	2015	2016	2017
Cargos directivos y jefaturas de área	33	35	32
Hombres	18	20	19
Mujeres	15	15	13
Cargos supervisores, técnicos y administrativos	482	495	570
Hombres	167	176	212
Mujeres	315	319	358
Personal de operaciones	924	960	1.090
Hombres	314	322	389
Mujeres	610	638	701

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
-------------	----------------------------	-----------	--------------

102-9  
Cadena de suministro

108-113

**Distribución de los proveedores según país de origen 2017**

Europa	1.015	Asia y Oceanía	8	África	1
España	845	China	2	Emiratos Árabes Unidos	1
Alemania	24	Hong Kong	4	<b>América</b>	<b>24</b>
Bélgica	8	Rusia	2	México	1
Holanda	6			Estados Unidos	21
Reino Unido	53			Canadá	1
Irlanda	8			Guatemala	1
Italia	33				
Liechtenstein	2				
Portugal	2				
República Checa	1				
Suiza	6				
Andorra	1				
Dinamarca	1				
Francia	25				

**Principales indicadores relativos a proveedores**

	2015	2016	2017
Número de proveedores	1.053	1.076	1.048
Volumen de compras a proveedores (millones de euros IVA incl.)	118,3	121,33	121,93
Proveedores nacionales (España)	86 %	79 %	81 %
Facturación a proveedores nacionales (España IVA incl.)	91 %	91 %	87 %

**Certificaciones aceptadas y número de auditorías**

	2016	2017
Asia Inspection	8	9
SEMEX (Auditoría Social SMETA)	7	11
BSCI	5	7
ICTI	11	15
SA8000:2008	3	4
INTERTEK	3	3
Certificados de marca (especificar las marcas)	6	0

102-10  
Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro

5, 12, 106-107  
Los socios de PortAventura World, el grupo inversor italiano Investindustrial (50,1 %) y el fondo norteamericano KKR (49,9 %), han creado un nuevo fondo inversor para prolongar su presencia en la compañía, convirtiéndolo en el parque temático más rentable de Europa. Investindustrial y KKR siguen apostando por el turismo en el sur de Europa, ofreciendo una combinación de oferta hotelera y de ocio familiar diversificada y de calidad. Tras la constitución del nuevo fondo, PortAventura World se consolida como una inversión a largo plazo.



Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación	
102-11 Principio o enfoque de precaución	86		●	
102-12 Iniciativas externas	20, 29, 31, 33, 86		●	
102-13 Participación en asociaciones	24		●	
<b>Estrategia</b>				
102-14 Declaración del máximo órgano de gobierno	8-9		●	
<b>Ética e integridad</b>				
102-16 Valores, principios, estándares y normas de comportamiento	20, 35		●	
<b>Gobierno</b>				
102-18 Estructura de gobierno	20, 23, 86		●	
<b>Participación de los grupos de interés</b>				
102-40 Listado de grupos de interés	35		●	
102-41 Negociación colectiva	49		●	
		2015	2016	2017
	Plantilla cubierta por el convenio	98%	98%	98%
102-42 Identificar y seleccionar grupos de interés	PortAventura World ha identificado sus grupos de interés a partir de criterios tales como: la dependencia (quienes dependen de las actividades, los productos o los servicios o de quienes depende para continuar sus actividades), la responsabilidad (ya sea de tipo comercial, legal, operativa, social, etc.), la proximidad (quienes se encuentren en el entorno más local) y la influencia (pueden generar un impacto en la estrategia o en el negocio).		●	

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación																		
102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	82-83		●																		
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Grupos de interés</th> <th>Principales canales de comunicación y diálogo</th> <th>Principales temas identificados</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Accionistas</td> <td>Reuniones del Consejo de Administración, reuniones con las direcciones, información corporativa publicada de forma periódica.</td> <td>Seguridad de las instalaciones y clientes, rentabilidad y beneficios, toma de decisiones en relación con los objetivos marcados, transparencia y rendición de cuentas, buen gobierno corporativo, competitividad, desarrollo de proyectos actuales y futuros, condiciones competitivas, percepción y reputación.</td> </tr> <tr> <td>Clientes</td> <td>Página web corporativa, teléfono de atención al cliente, redes sociales, encuestas de satisfacción, buzón de reclamaciones, Oficina de Atención al Visitante, personal de las instalaciones, publicaciones periódicas, anuncios en medios de comunicación.</td> <td>Grado de satisfacción en el servicio, seguridad en las instalaciones y las atracciones, innovación en atracciones e instalaciones y nuevos proyectos, promociones y ofertas, celebración de eventos, buenas prácticas ambientales.</td> </tr> <tr> <td>Empleados/as</td> <td>Comunicados internos, intranet, newsletter, SMS, videos, revista interna de periodicidad bimensual (Revista Acció), carteleros de información y carteles informativos, dípticos y otro material impreso, cartas, trato personal y directo, mostrador y buzón de consultas del Servicio de Atención al Empleado, impresos de sugerencias y quejas, concursos para empleados/as y sorteos, plataforma web: Guía PortAventura y app La Guía, E-Nómina.</td> <td>Información general, de interés, operativa y corporativa, normativa, cambios organizativos, ofertas internas de empleo, ventajas y ofertas, horarios, spots y videos de la compañía, presentaciones a los medios, transporte, seguridad y salud, sugerencias, quejas, consultas, etc.</td> </tr> <tr> <td>Proveedores y contratistas</td> <td>Responsables de compras, Portal de Proveedores, Jornada «Diálogo con proveedores».</td> <td>Compra responsable, procesos de contratación y cumplimiento de los compromisos contractuales, extensión del compromiso de responsabilidad corporativa, seguridad del merchandising, Formularios sociales, 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 en relación con los objetivos marcados, transparencia y rendición de cuentas, buen gobierno corporativo, competitividad, desarrollo de proyectos actuales y futuros, condiciones competitivas, percepción y reputación.	Clientes	Página web corporativa, teléfono de atención al cliente, redes sociales, encuestas de satisfacción, buzón de reclamaciones, Oficina de Atención al Visitante, personal de las instalaciones, publicaciones periódicas, anuncios en medios de comunicación.	Grado de satisfacción en el servicio, seguridad en las instalaciones y las atracciones, innovación en atracciones e instalaciones y nuevos proyectos, promociones y ofertas, celebración de eventos, buenas prácticas ambientales.	Empleados/as	Comunicados internos, intranet, newsletter, SMS, videos, revista interna de periodicidad bimensual (Revista Acció), carteleros de información y carteles informativos, dípticos y otro material impreso, cartas, trato personal y directo, mostrador y buzón de consultas del Servicio de Atención al Empleado, impresos de sugerencias y quejas, concursos para empleados/as y sorteos, plataforma web: Guía PortAventura y app La Guía, E-Nómina.	Información general, de interés, operativa y corporativa, normativa, cambios organizativos, ofertas internas de empleo, ventajas y ofertas, horarios, spots y videos de la compañía, presentaciones a los medios, transporte, seguridad y salud, sugerencias, quejas, consultas, etc.	Proveedores y contratistas	Responsables de compras, Portal de Proveedores, Jornada «Diálogo con proveedores».	Compra responsable, procesos de contratación y cumplimiento de los compromisos contractuales, extensión del compromiso de responsabilidad corporativa, seguridad del merchandising, Formularios sociales, medioambientales y código ético.	Administración pública y entorno social	Página web de la Fundación PortAventura, publicación de información corporativa periódicamente, participación institucional, reuniones con representantes de instituciones públicas y entidades sociales.	Cumplimiento de la legislación aplicable, transparencia y rendición de cuentas, buena gestión de las instalaciones, implicación con el entorno local, colaboración para el desarrollo de proyectos en beneficio mutuo que promuevan acciones en línea con los objetivos de la Fundación PortAventura.		
Grupos de interés	Principales canales de comunicación y diálogo	Principales temas identificados																			
Accionistas	Reuniones del Consejo de Administración, reuniones con las direcciones, información corporativa publicada de forma periódica.	Seguridad de las instalaciones y clientes, rentabilidad y beneficios, toma de decisiones en relación con los objetivos marcados, transparencia y rendición de cuentas, buen gobierno corporativo, competitividad, desarrollo de proyectos actuales y futuros, condiciones competitivas, percepción y reputación.																			
Clientes	Página web corporativa, teléfono de atención al cliente, redes sociales, encuestas de satisfacción, buzón de reclamaciones, Oficina de Atención al Visitante, personal de las instalaciones, publicaciones periódicas, anuncios en medios de comunicación.	Grado de satisfacción en el servicio, seguridad en las instalaciones y las atracciones, innovación en atracciones e instalaciones y nuevos proyectos, promociones y ofertas, celebración de eventos, buenas prácticas ambientales.																			
Empleados/as	Comunicados internos, intranet, newsletter, SMS, videos, revista interna de periodicidad bimensual (Revista Acció), carteleros de información y carteles informativos, dípticos y otro material impreso, cartas, trato personal y directo, mostrador y buzón de consultas del Servicio de Atención al Empleado, impresos de sugerencias y quejas, concursos para empleados/as y sorteos, plataforma web: Guía PortAventura y app La Guía, E-Nómina.	Información general, de interés, operativa y corporativa, normativa, cambios organizativos, ofertas internas de empleo, ventajas y ofertas, horarios, spots y videos de la compañía, presentaciones a los medios, transporte, seguridad y salud, sugerencias, quejas, consultas, etc.																			
Proveedores y contratistas	Responsables de compras, Portal de Proveedores, Jornada «Diálogo con proveedores».	Compra responsable, procesos de contratación y cumplimiento de los compromisos contractuales, extensión del compromiso de responsabilidad corporativa, seguridad del merchandising, Formularios sociales, medioambientales y código ético.																			
Administración pública y entorno social	Página web de la Fundación PortAventura, publicación de información corporativa periódicamente, participación institucional, reuniones con representantes de instituciones públicas y entidades sociales.	Cumplimiento de la legislación aplicable, transparencia y rendición de cuentas, buena gestión de las instalaciones, implicación con el entorno local, colaboración para el desarrollo de proyectos en beneficio mutuo que promuevan acciones en línea con los objetivos de la Fundación PortAventura.																			



Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
<b>Satisfacción del cliente (puntuación sobre 5)</b>			
	2015	2016	2017
Valoración global PortAventura Park	4,16	4,22	4,19
Valoración global PortAventura Caribe Aquatic Park	4,13	4,09	4,18
Valoración global Ferrari Land	-	-	3,78
Valoración global de la estancia en los hoteles del Resort	4,10	4,14	4,07
Valoración global Centro de Convenciones	4,03	3,98	4,16
102-44	82-83		●
<b>Prácticas para la elaboración de informes</b>			
102-45	5		●
102-46	36		●
<p>Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema</p> <p>Para la edición 2017 del informe se ha llevado a cabo un nuevo análisis de materialidad que sustituye al realizado en 2015, que se utilizó en los informes de 2014, 2015 y 2016. El análisis actual se basa en los indicadores de la versión GRI Standards. El proceso, como ya se realizó en el estudio anterior, ha sido liderado por el departamento de Servicios Centrales –Responsabilidad Corporativa–, y ha contado con la implicación de personas responsables de los departamentos organizativos y las áreas específicas que tienen relación con los diferentes grupos de interés.</p> <p><b>1. Identificación</b> Para determinar las áreas de mayor interés general, se han identificado temas relevantes para el sector en el que opera PortAventura World. Este ejercicio se ha realizado mediante el desarrollo de un estudio de <i>benchmarking</i> sectorial que ha incluido tanto otros parques temáticos como resorts. Esta fase se ha completado con el análisis de estándares de referencia elaborados por el Global Reporting Initiative y Governance &amp; AccountAbility.</p> <p><b>2. Priorización</b> Para la priorización de los temas antes identificados, se ha llevado 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 (agencias, turoperadores...), empleados/as, proveedores, entidades representativas de la sociedad. Y como novedad, se ha incorporado el grupo de interés «visitantes». 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 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.</p> <p>Como resultado del proceso, se han identificado los temas prioritarios para PortAventura World y sus grupos de interés. Quedan plasmados en la matriz de materialidad, que clasifica dichos temas en función de su relevancia interna y externa.</p> <p><b>3. Revisión y validación</b> Para asegurar que la materialidad refleja de manera razonable y equilibrada los temas relevantes para el desempeño sostenible de PortAventura World, se han analizado los resultados obtenidos. En este sentido, se ha considerado importante determinar cómo materiales aquellos temas con relevancia alta para alguna de las perspectivas o partes (grupos de interés o PortAventura World), además del tema de las comunidades locales.</p>			

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
102-47	36		●
102-48	108		●
102-49	36		●
102-50	5		●
102-51	Año 2016		●
102-52	Anual		●
102-53	5		●
102-54	5, 116		●
102-55	116-137		●
102-56	5		●

**Temas materiales**

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación															
<b>Temas económicos</b>																		
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016 Vinculado a GRI 201: Desempeño económico, GRI 203: Impactos económicos indirectos, GRI 205: Lucha contra la corrupción e innovación</b>																		
103-1			●															
Explicación del tema material y su cobertura	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tema material</th> <th>Cobertura<sup>1</sup></th> <th>Implicación<sup>2</sup></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>GRI 201: Desempeño económico</td> <td>Dentro y fuera de la organización</td> <td>Directa e indirecta</td> </tr> <tr> <td>GRI 203: Impactos económicos indirectos</td> <td>Dentro y fuera de la organización</td> <td>Directa e indirecta</td> </tr> <tr> <td>GRI 205: Lucha contra la corrupción</td> <td>Dentro y fuera de la organización</td> <td>Directa e indirecta</td> </tr> <tr> <td>Innovación</td> <td>Dentro y fuera de la organización</td> <td>Directa</td> </tr> </tbody> </table>	Tema material	Cobertura <sup>1</sup>	Implicación <sup>2</sup>	GRI 201: Desempeño económico	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	GRI 203: Impactos económicos indirectos	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	GRI 205: Lucha contra la corrupción	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	Innovación	Dentro y fuera de la organización	Directa		
Tema material	Cobertura <sup>1</sup>	Implicación <sup>2</sup>																
GRI 201: Desempeño económico	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta																
GRI 203: Impactos económicos indirectos	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta																
GRI 205: Lucha contra la corrupción	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta																
Innovación	Dentro y fuera de la organización	Directa																
<p>1) Indica donde se produce el impacto: dentro de la organización, fuera de la organización o dentro y fuera de la organización.                  (2) Indica la implicación de la organización respecto al impacto: directo (la organización ha causado directamente el impacto) o indirecto (la organización está vinculada al impacto a través de sus relaciones de negocio).</p>																		



Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
103-2 Enfoque de gestión y componentes	20, 22, 52, 73, 104-107		●
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	20, 22, 52, 73, 104-107		●

**GRI 201: Desempeño económico**

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
201-1 Valor económico directo generado y distribuido	1, 105		●

En miles de euros	2015	2016	2017
<b>Valor económico creado</b>	<b>199.307,00</b>	<b>210.280,00</b>	<b>242.387,00</b>
Cifra de negocio	191.160	203.055	234.957
Ingresos financieros	115	46	63
Variación de existencias	770	794	752
Otros ingresos	7.258	6.381	6.611
Subvenciones	4	4	4
<b>Valor económico distribuido</b>	<b>162.005,00</b>	<b>168.435,00</b>	<b>202.868,00</b>
Costes de explotación	75.699	77.990	96.142
Gastos salariales	43.208	47.968	54.275
Impuestos sobre beneficios	10.732	10.737	6.807
Gastos financieros	31.447	30.761	44.632
Inversión en acción social	919	979	1.012
<b>Valor económico retenido</b>	<b>37.302,00</b>	<b>41.845,00</b>	<b>39.519,00</b>
Amortizaciones	20.752	22.259	24.805
Reservas	16.550	19.586	14.714
<b>Valor económico distribuido y retenido</b>	<b>199.307,00</b>	<b>210.280,00</b>	<b>242.387,00</b>

**GRI 203: Impactos económicos indirectos**

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
203-2 Impactos económicos indirectos significativos	52 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.  PortAventura World, es un resort que, más allá de los beneficios económicos empresariales, tiene impactos territoriales importantes, en términos fundamentalmente de impacto global sobre el desarrollo turístico, reestructuración de la zona e impulso de un nuevo crecimiento, a través del enriquecimiento del producto territorial y las sinergias con el resto de la oferta productiva (Fuente: Antón Clavé, S. (2010): «Leisure parks and destination redevelopment: the role of PortAventura, Catalonia», Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events).  PortAventura World ha supuesto una mejora en el turismo en Cataluña, tanto en el terreno cualitativo como en el cuantitativo. Además de los efectos productivos y sobre el consumo, la diversificación del producto turístico, la prolongación de la temporada y la creación de la actividad y la ocupación en diferentes sectores, el Resort tiene un efecto directo en el territorio. En este sentido, destacan la reordenación y el crecimiento del sistema de infraestructuras de la zona (por ejemplo, el sistema viario) y de los equipamientos turísticos (por ejemplo, la planta hotelera) de esta.		●

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
-------------	----------------------------	-----------	--------------

**GRI 205: Lucha contra la corrupción**

205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	El <i>Código de ética y conducta profesional</i> aborda uno de los principios generales de comportamiento de los profesionales de PortAventura World, la anticorrupción y el fraude, estableciendo que los profesionales de la compañía: <ul style="list-style-type: none"> <li>deben actuar de acuerdo con los procedimientos internos existentes para evitar situaciones de estafa, cohecho, corrupción y delitos contra la Hacienda Pública y la Seguridad Social;</li> <li>deben informar previamente a sus responsables en todos los procesos de negociación y contratación en nombre de PortAventura y abstenerse de realizar cualquier tipo de ofrecimiento a autoridades, organismos, administraciones públicas u otras instituciones, además de rechazar e informar internamente de posibles ofrecimientos de cualquier tipo de remuneración;</li> <li>tienen la obligación de poner en conocimiento internamente cualquier incumplimiento del código ético y de las normas de PortAventura en este ámbito.</li> </ul>		●
---	--	--	---

La formación sobre el *Código de ética y conducta profesional* se impartió en junio de 2013 a cargos directivos y jefaturas de área. No se han producido cambios en dichos documentos o en relación a los principios que lo configuran, por lo que en 2016 no se ha impartido dicha formación. No obstante, en 2017, la figura del *Compliance Officer* ha recibido 40 horas de formación sobre este tema (curso de especialización en cumplimiento normativo *compliance*), la cual incluye formación relacionada con la anticorrupción.

Formación en las políticas y los procedimientos anticorrupción según categoría profesional (Plantilla a 31 de diciembre)	2017
Cargos directivos y jefaturas de área	13
% Cargos directivos y jefaturas de área	41%
Cargos supervisores, técnicos y administrativos	173
% Cargos supervisores, técnicos y administrativos	30%
Personal de operaciones	0
% Personal de operaciones	0%

En los años 2015 y 2016 no se impartió formación.

Todos los miembros del órgano de gobierno y las personas empleadas son informados sobre el *Código de ética y conducta profesional* y las respectivas políticas y procedimientos para luchar contra la corrupción.

**Innovación**

Nuevas atracciones, instalaciones y servicios	73, 104-107		●
---	-------------	--	---



Temas ambientales

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
-------------	----------------------------	-----------	--------------

**GRI 103: Enfoque de gestión 2016**

Vinculado a GRI 301: Materiales, GRI 302: Energía, GRI 303: Agua, GRI 305: Emisiones, GRI 306: Efluentes y residuos, GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores, Criterios ambientales en el diseño y construcción de instalaciones, Sensibilización ambiental y Bienestar animal

Indicador	Tema material	Cobertura <sup>1</sup>	Implicación <sup>2</sup>	Verificación
103-1 Explicación del tema material y su cobertura				●
	GRI 301: Materiales	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
	GRI 302: Energía	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
	GRI 303: Agua	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
	GRI 305: Emisiones	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
	GRI 306: Efluentes y residuos	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
	GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores	Fuera de la organización	Directa e indirecta	
	Criterios ambientales en el diseño y construcción de instalaciones	Dentro de la organización	Directa	
	Sensibilización ambiental	Dentro de la organización	Directa	
	Bienestar animal	Dentro de la organización	Directa	

(1) Indica donde se produce el impacto: dentro de la organización, fuera de la organización o dentro y fuera de la organización.  
 (2) Indica la implicación de la organización respecto al impacto: directo (la organización ha causado directamente el impacto) o indirecto (la organización está vinculada al impacto a través de sus relaciones de negocio).

103-2 Enfoque de gestión y componentes	86-100		●
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	86-100		●

**GRI 301: Materiales**

Indicador	2015	2016	2017	Verificación
301-1 Materiales utilizados por peso o volumen				●
<b>Materiales de origen no renovable</b>				
Productos químicos en el mantenimiento de las piscinas y los lagos (t) <sup>1</sup>	770,68	664,93	671,12	
Luminarias (Uds.)	17.534	19.441	19.917	
Productos de limpieza (l)	94.695	109.088	148.680	
Grasas y lubricantes (l)	9.831	12.165	7.815	
<b>Materiales de origen renovable</b>				
Bolsas para venta de productos en tiendas del Resort (kg)	10.618	11.156	19.122	
Papel de oficina (kg) <sup>2</sup>		19.646	20.594	

(1) A partir de 2015, se incorpora al consumo procedente de los proveedores de servicios para los productos químicos en el mantenimiento de las piscinas y lagos y productos de limpieza.  
 (2) Los datos de 2016 se han reexpresado y han pasado a incluir todo el papel que se consume en el Resort a nivel de oficinas; anteriormente únicamente incluían una tipología de papel.

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
-------------	----------------------------	-----------	--------------

**GRI 302: Energía**

302-1 Consumo energético dentro de la organización	92, 95		●
302-3 Intensidad energética	92, 95		●

**GRI 303: Agua**

303-1 Extracción de agua por fuente	89-90		●
--	-------	--	---

**GRI 305: Emisiones**

Indicador	2015	2016	2017	Verificación
305-4 Intensidad de las emisiones de GEI				●
<b>Emisiones de gases de efecto invernadero (t)</b>				
Emisiones GEI por cada 1.000 visitas (t CO <sub>2</sub> por cada 1.000 visitas-pernoctaciones y año) - Alcance 1, 2 y 3	3,28	1,13	1,27	
Emisiones GEI por cada 1.000 visitas (t CO <sub>2</sub> por cada 1.000 visitas-pernoctaciones y año) - Alcance 1 y 2	2,95	0,80	0,97	
Emisiones GEI por cada 1.000 visitas (t CO <sub>2</sub> por cada 1.000 visitas-pernoctaciones y año) - Alcance 3	0,36	0,32	0,30	
Emisiones GEI por plantilla media (t CO <sub>2</sub> por plantilla media y año) - Alcance 1, 2 y 3	9,47	3,17	3,85	
Emisiones GEI por plantilla media (t CO <sub>2</sub> por plantilla media y año) - Alcance 1 y 2	8,50	2,26	2,95	
Emisiones GEI por plantilla media (t CO <sub>2</sub> por plantilla media y año) - Alcance 3	1,04	0,90	0,90	



Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
-------------	----------------------------	-----------	--------------

**GRI 306: Efluentes y residuos**

306-2  
Residuos por tipo y método de eliminación

	Vías de valoración	2015	2016	2017
Gestión a través de un centro de recogida y transferencia	T62	2,04%	1,85%	2,08%
Estabilización	T33	2,45%	0,00%	0,00%
Tratamiento fisicoquímico específico	T32	0,00%	0,00%	0,00%
Compostaje	V83	15,45%	15,04%	14,15%
Reciclaje de papel y cartón	V11	11,43%	11,52%	11,13%
Reciclaje y recuperación de metales y compuestos metálicos	V41	2,97%	2,62%	2,70%
Reciclaje de vidrio	V14	2,13%	2,16%	2,06%
Reciclaje de plásticos	V12	51,29%	52,05%	50,98%
Deposición de residuos inertes	T11	3,42%	4,53%	9,70%
Utilización en la construcción	V71	3,52%	4,42%	0,94%
Reciclaje y reutilización de maderas	V15	3,55%	2,95%	4,01%
Regeneración de disolventes	V21	0,01%	0,02%	0,01%
Recuperación de hidrocarburos	V23	0,00%	0,00%	0,00%
Recuperación de productos alimentarios	V33	0,75%	0,75%	0,77%
Deposición de residuos no especiales	T12	0,23%	1,35%	0,39%
Tratamiento fisicoquímico y biológico	T31	0,76%	0,54%	0,97%
Recuperación de cables	V45	0,00%	0,16%	0,03%
Regeneración de aceites minerales	V22		0,05%	0,08%
Porcentaje de residuos valorizados		93%	93%	89%

**GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores**

308-1  
Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales

108  
Los aspectos ambientales que se contemplan para la evaluación de proveedores son los siguientes: existencia de un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente, desarrollo de iniciativas que promuevan la responsabilidad medioambiental y medidas para reducir el consumo de recursos naturales (correcta gestión de residuos, uso eficiente del agua, ahorro energético), uso de tecnologías respetuosas con el medio ambiente, extensión del compromiso ambiental a los proveedores de productos o servicios contratados requiriendo mejoras en la protección medioambiental, disponibilidad de una política medioambiental aplicable también a los proveedores, desarrollo de iniciativas de formación y sensibilización medioambiental hacia la plantilla, cumplimiento de la legislación vigente en referencia a medio ambiente, disponibilidad de un Sistema de Gestión Medioambiental documentado y/o certificado por un tercero, consideración de criterios medioambientales específicos en la prestación de los servicios a Grupo PortAventura y cálculo y publicación de la huella de carbono.

Proveedores evaluados según criterios ambientales	2015	2016	2017
% de nuevos proveedores evaluados según criterios ambientales	55%	73%	84%

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
-------------	----------------------------	-----------	--------------

**Criterios ambientales en el diseño y construcción de instalaciones**

Criterios ambientales considerados en el diseño y construcción de instalaciones

Ante la ejecución de un nuevo proyecto, PortAventura World lleva a cabo una identificación de los aspectos ambientales de este, considerándose las siguientes categorías: consumos, productos químicos, emisiones, alumbrado exterior, ruido, residuos, vertidos y aspectos potenciales (incidentales y accidentales). Una vez identificados, se detallan los elementos necesarios para su control, además de los equipos e instalaciones que requieren legalización.

Complementariamente, PortAventura World dispone del Manual de criterios medioambientales en contratación de servicios y compra de materiales, en el que se especifican los criterios ambientales para la contratación del servicio de ingeniería para la construcción y diseño de espacios. Se diferencian dos tipologías de criterios ambientales de compra: por un lado, los criterios específicos para los materiales de la construcción (por ejemplo, uso de elementos prefabricados, uso de elementos de madera certificada o materiales reciclados, uso de yeso natural y cal, uso de biohormigón, uso de pinturas con etiqueta ecológica o pinturas cuyos componentes se han seleccionado por su nula o baja toxicidad, uso de polipropileno, polibutileno y polietileno en las instalaciones de fontanería, saneamiento y electricidad) y si estos disponen de etiquetas ecológicas y, por otro lado, criterios específicos para los diseños de espacios (calificación energética del edificio en fase proyecto clase B o superior, aprovechamiento al máximo de la luz natural, iluminación artificial con una eficiencia energética de clase A o superior, iluminación con detectores de presencia en espacios no destinados al público, soluciones de arquitectura bioclimática, aparatos de climatización de clase A o superior, calderas para el agua caliente sanitaria y/o calefacción de clase A o superior, los aparatos de refrigeración (instalaciones frigoríficas) de clase A o superior, cerramientos de cristal exterior con doble cristal, aperturas de las cubiertas y fachadas con elementos exteriores o situados entre dos cristales, reducción de las islas de calor, separación de las aguas pluviales de las residuales, recogida de aguas pluviales para utilizarlas para otros usos compatibles, incorporación de dispositivos de ahorro de agua en grifos/duchas, incorporación de dispositivos de ahorro de agua en váteres y urinarios, incorporación de dispositivos de ahorro de agua en sistema de riego, incorporación de separadores de grasas (restauración) y separadores de hidrocarburos (talleres) previamente a la conexión de las aguas residuales, incorporación en los aparcamientos de puntos de recarga para los vehículos eléctricos y aseguramiento de accesibilidad a los espacios para personas con movilidad reducida.

**Sensibilización ambiental**

Acciones impulsadas de información y sensibilización ambiental dirigidas a empleados/as y visitantes 88

**Bienestar animal**

Acciones impulsadas para la conservación de las aves y garantizar el bienestar animal 100



Temas sociales

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>			
Vinculado a GRI 401: Empleo, GRI 402: Relaciones trabajador/a-empresa, GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo, GRI 404: Formación y educación, GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades, GRI 406: No discriminación, GRI 413: Comunidades locales, GRI 414: Evaluación social de los proveedores, GRI 416: Salud y seguridad de los clientes, Comunicación y satisfacción del cliente, Seguridad alimentaria y hábitos de alimentación saludable y Seguridad de los productos de <i>merchandising</i>			
103-1 Explicación del tema material y su cobertura			
<b>Tema material</b>	<b>Cobertura<sup>1</sup></b>	<b>Implicación<sup>2</sup></b>	
GRI 401: Empleo	Dentro y fuera de la organización	Directa	●
GRI 402: Relaciones trabajador/a-empresa	Dentro de la organización	Directa	
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo	Dentro de la organización	Directa	
GRI 404: Formación y educación	Dentro de la organización	Directa	
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades	Dentro de la organización	Directa	
GRI 406: No discriminación	Dentro de la organización	Directa	
GRI 413: Comunidades locales	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
GRI 414: Evaluación social de los proveedores	Fuera de la organización	Directa e indirecta	
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes	Dentro y fuera de la organización	Indirecta	
Comunicación y satisfacción del cliente	Dentro de la organización	Directa	
Seguridad alimentaria y hábitos de alimentación saludable	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
Seguridad de los productos de <i>merchandising</i>	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
(1) Indica donde se produce el impacto: dentro de la organización, fuera de la organización o dentro y fuera de la organización.			
(2) Indica la implicación de la organización respecto al impacto: directo (la organización ha causado directamente el impacto) o indirecto (la organización está vinculada al impacto a través de sus relaciones de negocio).			
103-2 Enfoque de gestión y componentes	40-83, 108		●
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	40-83, 108		●
<b>GRI 401: Empleo</b>			
401-2 Beneficios para los empleados/as a tiempo completo que no se dan a los empleados/as a tiempo parcial o temporales	50		●
<b>GRI 402: Relaciones trabajador/a-empresa</b>			
402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	En 2015, entró en vigor un nuevo convenio colectivo (2015-2019) pactado entre el Grupo Port Aventura (integrado en el momento de su firma por las siguientes empresas: Port Aventura Entertainment S.A.U., Port Aventura Viajes, S.A.U. y Hotel Caribe Resort, S.L.) y el Comité de Empresa de Port Aventura Entertainment S.A.U., CCOO y su sección sindical en el Grupo Port Aventura.		●
El convenio colectivo (2015-2019) establece los plazos de preaviso tanto para los empleados/as como para la empresa. Dado que, por su naturaleza, la actividad de PortAventura World es de intensidad variable, y no previsible en periodos de larga duración, los horarios de trabajo de cada mes serán comunicados al personal afectado por la distribución irregular de jornada, el día 25 del mes anterior, mediante la publicación en el tablón de anuncios de la unidad del correspondiente cuadrante horario.			

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación	
<b>GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo</b>				
403-1 Representación de los trabajadores/as en comités formales trabajador/a-empresa de salud y seguridad	64		●	
<b>Composición del Comité de Seguridad y Salud (a 31 de diciembre)</b>		<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Miembros del Comité		14	14	14
Personas delegadas de prevención		7	7	7
Personas representantes de la empresa		7	7	7
Plantilla representada por el Comité de Seguridad y Salud		100%	100%	100%
403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	64		No se dispone de datos segregados por género en el caso de los índices de frecuencia, incidencia y tasa de absentismo. El sistema de registro y control del número de horas trabajadas no permite extraer datos segregados por género	●
<b>Indicadores de accidentalidad de personal propio</b>		<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Número de accidentes sin baja laboral		147	143	147
Hombres		46	49	36
Mujeres		101	94	111
Número de accidentes con baja laboral		37	44	42
Hombres		8	13	12
Mujeres		29	31	30
Número de accidentes con baja laboral in itinere		10	18	20
Hombres		4	4	3
Mujeres		6	14	17
Número de jornadas perdidas		1.085	1.276	1.004
Hombres		273	478	385
Mujeres		812	798	619
Índice de frecuencia		14,33	16,79	14,12
Índice de incidencia		2.407	2.825	2.405
Índice de gravedad		0,41	0,49	0,34
Tasa de absentismo		3,25 %	3,51 %	3,21 %
Muertes por accidente laboral o enfermedad profesional		0	0	0
<b>Indicadores de accidentalidad de personal externo<sup>1</sup></b>		<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Índice de frecuencia		No disponible	No disponible	12,72
Muertes por accidente laboral o enfermedad profesional		0	0	0
(1) Datos referidos por las distintas empresas.				
Los principales tipos de accidentes son sobreesfuerzos, choques y golpes.				



Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
-------------	----------------------------	-----------	--------------

**GRI 404: Formación y educación**

404-1  
Media de horas de formación al año por empleado/a

60

Promedio de horas de formación por empleado/a según género y categoría laboral (h/empleado/a)	2015	2016	2017
Global (hombres y mujeres)	9,53	9,37	9,45
Hombres	10,03	10,32	8,63
Directivos y jefes de área	41,89	25,30	18,46
Supervisores, técnicos y administrativos	10,35	16,54	9,87
Personal de operaciones	7,79	7,93	7,81
Mujeres	9,26	8,85	9,95
Directivas y jefas de área	36,09	21,54	23,94
Supervisoras, técnicas y administrativas	13,35	15,42	14,28
Personal de operaciones	6,51	6,97	8,49

**Otros indicadores de formación**

	2015	2016	2017
Horas totales de formación	28.595	25.319	32.231
Plantilla formada	3.002	2.702	3.410
Plantilla que ha recibido algún tipo de formación durante el año	89,51 %	80,34 %	89,95 %
Plantilla formada en modalidad a distancia	-	19%	90% <sup>1</sup>

(1) El incremento de horas de formación en modalidad a distancia respecto a 2016 se debe a que gran parte de la formación; tanto la formación para el personal de nueva incorporación como la formación de actualización de prevención de riesgos laborales y seguridad alimentaria se ha realizado en esta modalidad.

404-2  
Programas para mejorar las aptitudes de los empleados/as y programas de ayuda a la transición

59-60

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
-------------	----------------------------	-----------	--------------

404-3  
Porcentaje de empleados/as que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional

62

	2015	2016	2017
Empleados/as de media durante el año sujetos a retribución variable (a 31 de diciembre)	14 %	17 %	17%

**Plantilla de media durante el año sujeta a retribución variable según género y categoría laboral (a 31 de diciembre)**

	2016	2017
Hombres	22 %	20 %
Directivos y jefes de área	100 %	100 %
Supervisores, técnicos y administrativos	52 %	49 %
Personal de operaciones	0 %	0 %
Mujeres	15 %	16 %
Directivas y jefas de área	100 %	100 %
Supervisoras, técnicas y administrativas	42 %	43 %
Personal de operaciones	0 %	0 %

**Plantilla de media durante el año que ha sido sometida a una evaluación del desempeño (a 31 de diciembre)**

	2015	2017
Hombres	73%	71%
Directivos y jefes de área	0%	0%
Supervisores, técnicos y administrativos	59%	45%
Personal de operaciones	82%	84%
Mujeres	75%	76%
Directivas y jefas de área	0%	4%
Supervisoras, técnicas y administrativas	63%	62%
Personal de operaciones	84%	85%

Nota: No se dispone de datos de 2016.



Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
-------------	----------------------------	-----------	--------------

**GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades**

405-1  
Diversidad en órganos de gobierno y empleados/as

55, 57, 59

Mujeres según categoría laboral (a 31 de diciembre)	2015	2016	2017
Directivas y jefas de área	45 %	43 %	42 %
Supervisoras, técnicas y administrativas	65 %	64 %	63 %
Personal de operaciones	66 %	66 %	64 %

Plantilla según género y grupo de edad (a 31 de diciembre)	2015	2016	2017
≤25 años	292	327	425
Hombres	119	131	181
Mujeres	173	196	244
26-35 años	348	320	337
Hombres	124	111	127
Mujeres	224	209	210
36-45 años	488	518	562
Hombres	162	179	192
Mujeres	326	339	370
46-55 años	227	229	275
Hombres	80	81	100
Mujeres	147	148	175
56-65 años	81	95	92
Hombres	14	17	20
Mujeres	67	78	72
+ 65 años	3	1	1
Hombres	0	0	0
Mujeres	3	1	1

En relación a la composición del órgano de gobierno (Consejo de Administración) según grupo de edad (empleados/as a 31 de diciembre), los 7 miembros que forman dicho órgano son todos hombres de más de 50 años.

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones	Verificación
-------------	----------------------------	-----------	--------------

**Plantilla según nacionalidad (a 31 de diciembre)**

País	2017		
	Mujeres	Hombres	Total
Alemania	1	4	5
Estados Unidos de América	0	1	1
Argelia	1	0	1
Argentina	4	4	8
Bélgica	2	0	2
Bolivia	1	0	1
Brasil	2	1	3
Bulgaria	1	0	1
Camerún	1	0	1
República Checa	0	1	1
Chile	1	2	3
Colombia	4	5	9
República Democrática del Congo	0	1	1
Croacia	0	1	1
Cuba	0	1	1
República Dominicana	1	0	1
Ecuador	1	0	1
Eslovaquia	1	0	1
Eslovenia	1	1	2
España	983	546	1529
Francia	6	2	8
Georgia	0	1	1
Guinea Ecuatorial	1	4	5
India	1	0	1
Holanda	1	0	1
Italia	5	9	14
República Socialista Soviética de Kirguistán	1	0	1
Letonia	1	0	1
Lituania	0	1	1
Marruecos	11	19	30
México	0	1	1
Moldavia	3	1	4
Panamá	0	1	1
Perú	5	0	5
Polonia	1	0	1
Portugal	2	2	4
Rumania	13	4	17
Rusia	5	2	7
Senegal	4	2	6
Ucrania	4	0	4
Uruguay	0	2	2
Venezuela	3	1	4
<b>Total</b>	<b>1.072</b>	<b>620</b>	<b>1.692</b>



Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones Verificación
<b>Personal propio con diversidad funcional según categoría laboral (a 31 de diciembre y doce meses atrás)<sup>1</sup></b>	2015 2016 2017	●
Cargos directivos y jefaturas de área	1 1 0	
Cargos supervisores, técnicos y administrativos	9 8 8	
Personal de operaciones	35 36 39	
<b>Total</b>	<b>45 45 47</b>	
Porcentaje de personas trabajadoras con alguna discapacidad en plantilla	1,93% 1,90% 1,79%	
1) La fórmula de cálculo del dato ha sido presentando los datos a 31 de diciembre y doce meses atrás.		
<b>GRI 406: No discriminación</b>		
406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	PortAventura World aplica los principios de trato honesto y respeto a los derechos humanos previstos en su Código de ética y de conducta profesional, por lo que las relaciones entre todos los profesionales y proveedores de la compañía se deben caracterizar por el trato justo, educado y respetuoso.  En 2017, PortAventura World no ha registrado ningún caso de discriminación en plantilla, clientes, proveedores y contratistas, personal externo y sociedad en general.	●
<b>GRI 413: Comunidades locales</b>		
413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	40-46, 50-52, 59	●
<b>GRI 414: Evaluación social de los proveedores</b>		
414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	108  Los aspectos sociales que se contemplan para la evaluación de proveedores son los siguientes: a nivel de prácticas laborales, 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 empleados/as y la existencia de la póliza de responsabilidad civil por riesgos profesionales y el correspondiente recibo de pago; a nivel de derechos humanos, adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, apoyo a la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, cumplimiento de la regulación laboral local contemplándose los derechos de los empleados/as 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 y niñas a ser protegidas contra la explotación económica, apoyo a la eliminación de toda forma de trabajo forzoso y 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 materia de derechos del trabajador/a, seguridad y/o salud laboral y extensión del compromiso con el respeto de los derechos humanos a la cadena de proveedores.	●
<b>Proveedores evaluados según criterios sociales</b>	2015 2016 2017	
% de nuevos proveedores evaluados según criterios sociales	55% 73% 84%	

Indicadores	Página o respuesta directa	Omisiones Verificación
<b>GRI 416: Salud y seguridad de los clientes</b>		
416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	74-81	●
<b>Comunicación y satisfacción del cliente</b>		
Presencia en las redes sociales y canales digitales	73	●
	2015 2016 2017	
Fans Facebook	324.483 504.677 601.895	
Seguidores/as Twitter	57.032 72.930 84.099	
Seguidores/as Instagram	29.422 85.034 139.573	
Suscriptores/as Youtube	9.593 17.020 24.786	
Fans Vkontakte	2.929 2.948 3.052	
<b>Total</b>	<b>423.459 682.609 853.405</b>	
<b>Seguridad alimentaria y hábitos de alimentación saludable</b>		
Número de auditorías higiénico-sanitarias (internas y externas) llevadas a cabo durante el año	79	●
	2015 2016 2017	
<b>Auditorías higiénico-sanitarias</b>	280 420 459	
Auditorías externas	66 133 184	
Auditorías internas	214 287 275	
Número de auditorías a proveedores (internas y externas) llevadas a cabo durante el año	79	●
	2015 2016 2017	
<b>Auditorías a proveedores</b>	2 2 4	
Auditorías externas	2 2 4	
<b>Seguridad de los productos de merchandising</b>		
Normativa y estándares contemplados para garantizar la seguridad de los productos de merchandising	81	●





## TABLA DE CONTENIDOS DEL PACTO MUNDIAL



### Tabla de contenidos del Pacto Mundial

Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	Páginas o respuesta directa	Indicadores GRI standard
Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	20, 55-59, 108, 113	GRI 406, GRI 407, GRI 408, GRI 409, GRI 410, GRI 411, GRI 412, GRI 414, GRI 413
Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	20, 55-59, 108, 113	GRI 406, GRI 407, GRI 408, GRI 409, GRI 410, GRI 411, GRI 412, GRI 414
Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	49	102-41, 102-41, GRI 402, GRI 407
Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	20, 108, 113 El Código de ética y conducta profesional de PortAventura Word contempla la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	GRI 409
Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	20, 108, 113 El Código de ética y conducta profesional de PortAventura Word contempla la erradicación del trabajo infantil.	GRI 408
Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	55-59, 108	102-8, GRI 401, GRI 402, GRI 403, GRI 404, GRI 405, GRI 414, GRI 103, GRI 406
Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	86-100, 108	GRI 301, GRI 302, GRI 303, GRI 304, GRI 305, GRI 306, GRI 307, GRI 308
Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	86-100, 108	GRI 301, GRI 302, GRI 303, GRI 304, GRI 305, GRI 306, GRI 307, GRI 308
Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	86-100, 108	GRI 301, GRI 302, GRI 303, GRI 304, GRI 305, GRI 306, GRI 307, GRI 308
Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y soborno.	20-22, 108	GRI205, GRI 415

Este documento se preparó únicamente con fines informativos y considerando ciertas condiciones. Ninguna parte de la información en él contenida puede utilizarse para fines distintos salvo que PAESA Entertainment Holding, S.L.U. lo haya consentido previamente por escrito. Al recibir el presente documento, usted admite tener conocimiento de las restricciones impuestas por las leyes de diversos países con respecto a la compra y venta de títulos por cualquier persona que haya recibido esta información y con

respecto a la divulgación de esta a otras personas. No podemos determinar si parte de la información contenida en este informe se considera información privilegiada según la legislación de algún país. Semejante determinación únicamente puede realizarse atendiendo a las circunstancias en las que tuvo lugar la divulgación. De ninguna parte del presente documento podrá inferirse un consejo para comprar o vender títulos ni una invitación a hacerlo.







# Informe de Responsabilidad Corporativa 2017

[WWW.PORTAVENTURAWORLD.COM](http://WWW.PORTAVENTURAWORLD.COM)

