

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

#### **COMUNIDAD DE PROPIETARIOS COMPLEJO INMOBILIARIO PUERTO VENECIA**

CIF:H99356974

Travesía Jardines Reales nº:7.

50021 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### **01 - Denominación de la organización**

COMUNIDAD DE PROPIETARIOS AMBITO FUNCIONAL AF3 PUERTO VENECIA

#### **02 - Dirección - CP - Población**

Travesía de los Jardines Reales, 7

50.201 Zaragoza

#### **03 - Sector. Actividad**

Comercio y Ocio

#### **04 - Año comienzo actividad.**

2008 Parque de Medianas

2012 Galería comercial

#### **05 - Número de personas empleadas**

14 personas

#### **06 - Persona contacto**

Yolanda Gimeno Gómez

Yaiza Moreno del Barrio

#### **07 - E-mail contacto**

[yolanda.gimeno@cbre.com](mailto:yolanda.gimeno@cbre.com)

[yaiza.moreno@cbre.com](mailto:yaiza.moreno@cbre.com)

#### **08.- Página web**

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

### GENERAL

#### Tendencias Globales

**1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:**

**- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)**

- **Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)**
- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)**
- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

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

### 1.1 Información adicional

A continuación se describe más en detalle la influencia de Puerto Venecia en los siguientes ámbitos.

- **Económicos:** Puerto Venecia genera en la actualidad más de 5.400 puestos de trabajo directos e indirectos, con un 98% de la SBA está comercializada. Por otro lado, en el año 2022 se realizó un estudio en colaboración con la Universidad de Zaragoza que arrojaba datos como el hecho de que la contribución de Puerto Venecia al PIB aragonés es de un 1%.

- **Políticos:** Puerto Venecia mantiene una relación directa con las principales administraciones e instituciones locales, además de colaborar en proyectos comunes.

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

- 1) Desde el inicio del proyecto se ha tenido en cuenta el cuidado y respecto hacia el medio ambiente. La construcción y diseño del edificio ha sido concebido para ser respetuoso y sostenible.

- 2) Por otro lado, el 14% del consumo eléctrico procede de la autoproducción a través de placas fotovoltaicas instaladas en nuestra cubierta.

- 3) Puerto Venecia se preocupa de buscar y contratar energía a empresas que también se rigen por estos principios de respeto hacia el medio ambiente. De este modo, trabajamos con una comercializadora que nos suministra una energía 100% origen renovable. Además, apoyamos a nuestros operadores para que sigan el mismo camino, de hecho, actualmente mas del 50% de estos consumen energía verde.

- 4) El centro recicla actualmente el 47% de los residuos generados, y estamos trabajando para incrementarlo.

- 5) Se emplea energía solar térmica para la producción de agua caliente sanitaria.

- 7) El edificio consume un 40% menos de energía que otros inmuebles de similares características.

- 8) Se ha reducido un 23% el consumo de agua potable desde el año 2016.

- 9) Puerto Venecia posee una plataforma propia gratuita de carsharing ?En tu coche o en el mío? para promover la movilidad sostenible; de esta manera pone en contacto conductores y pasajeros y, así, poder compartir vehículo entre empleados y clientes.
- 10) Se dispone de 22 puntos de carga para automóviles eléctricos con el objetivo de fomentar el uso de los vehículos menos contaminantes, además de ofrecer plazas de parking con cargadores para patinetes eléctricos. En los próximos meses se van a incorporar 100 plazas de parking más para coches eléctricos.
- 11) Existen cargadores de patinetes eléctricos para clientes y empleados.
- 12) En 2023 se ha instalado una estación de carga fotovoltaica para bicicletas eléctricas.
- 13) Anualmente se calcula y registra en el MITERD nuestra huella de carbono y se implementan acciones derivadas de un Plan específico para su reducción. Actualmente se está trabajando en la compensación de la huella del año 2023.

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

- Tecnológicos. El Shopping Resort apuesta por la innovación y se mantiene en vanguardia en cuestiones tecnológicas. El centro pone a disposición de los visitantes herramientas de última tecnología como son: pantallas de valoración en los aseos con la finalidad de recibir feedback de los clientes, y así ofrecer una mejora continua. Asimismo, Puerto Venecia se posiciona como un centro innovador a nivel global en retail experiencial. Uno de los principales canales de comunicación del centro con sus clientes es a través de herramientas digitales y redes sociales, donde se define una estrategia en línea y coherencia con los valores del centro, estableciendo una comunicación directa con todos los seguidores. Puerto Venecia tiene presencia en las principales redes sociales, con un total de 270k seguidores entre todas ellas, siendo el 6ª centro comercial más instagrameable.

- Sociales. Puerto Venecia se preocupa tanto por los clientes del centro, que son tratados como invitados, como por sus trabajadores y comunidad local a los que cuidamos a través del programa Resort School. Muestra de ello son las más de 90 asociaciones con las que se ha colaborado en los últimos años. Los principios que guían Puerto Venecia son los siguientes:

- 1) Integridad: Actuar con honestidad y sinceridad en todo lo que se hace, construyendo así un sentimiento de confianza en el equipo.
- 2) Trabajo en equipo: Trabajo hacia un fin común, respetando las diferencias y trabajando sobre las fortalezas.
- 3) Reconocimiento: Nos aseguramos de que las necesidades de cada persona son apoyadas y reconocidas.
- 4) Anticipación: Nos anticipamos a las necesidades de los clientes, siempre atentos.
- 5) Innovación: Tenemos una mente abierta, retando a pensamientos convencionales.
- 6) Crecimiento continuado: Proveemos un ambiente donde todos podemos crecer.

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

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

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

10) Formación: Todos los equipos de Puerto Venecia reciben formación en atención al cliente, así como una planificación de talleres de diversas temáticas e intereses destinados a todos los comercios del centro.

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

Si

### **2.1. Información adicional**

Consideramos que las PYMES enfrentan desafíos significativos cuando se trata de abordar temas políticos, tecnológicos, sociales, económicos y medioambientales de manera individual. Sin embargo, a través de estrategias como colaboraciones, la capacitación y desarrollo, adaptabilidad y resiliencia, además del apoyo de las administraciones locales ,es posible.

Puerto Venecia es la suma de:

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

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

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

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

#### **3.1. Información adicional**

Sí, al planificar la actividad de nuestra organización, se incluyen los aspectos sociales y ambientales. Contamos con una estrategia de sostenibilidad que ha sido desarrollada teniendo en cuenta los intereses de nuestras partes interesadas, así como las tendencias globales y sectoriales. Además, tenemos a una persona en plantilla dedicada a integrar la sostenibilidad en la organización y gestionar todos los aspectos relacionados con ella. Esto nos permite asegurar que nuestras operaciones no solo sean económicamente viables, sino también socialmente responsables y ambientalmente sostenibles.

### **4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión**

## **en proyectos sociales y medioambientales?**

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

### **4.1. Información adicional**

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

Por otro lado, anualmente se hace una importante inversión destinada a medidas de ahorro, reducción de consumos y mitigación del cambio climático (p.e. Compensación de la huella de carbono, remplazo de luminarias a iluminación Led). También se destina un importante porcentaje del presupuesto a la conservación de la biodiversidad ( el centro cuenta con un lago naturalizado así como con numerosas especies de flora y fauna autóctonas, cuidadas y mantenidos día a día por nuestros equipos).

## **Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

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

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

#### **5.1. Información adicional**

Tenemos identificados a los distintos grupos de interés del complejo ( Clientes, Empleados, Proveedores, Inversores, Comunidad Local, Administración, Organizaciones y asociaciones sin ánimo de lucro, Medios de comunicación, Competencia/Sector) y establecidos distintos canales de comunicación adaptados a las características y necesidades de cada uno de ellos (foros, reuniones, encuestas, visitas, ect). Esto nos permite una comunicación directa con cada uno de ellos, y conocer sus intereses e inquietudes

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

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

#### **6.1. Información adicional**

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

Por otro lado, con la nueva incorporación de la figura del ESG Programma Manager y la definición de la nueva estrategia de sostenibilidad, se ha trabajado intensamente en todo lo relacionada con los grupos de interés y sus temas materiales, para establecer unos objetivos claros, concisos y que satisfagan sus expectativas así como las del propio complejo.

## **Gobierno de la organización**

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

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

#### **7.1. Información adicional**

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

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

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

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

#### **8.1. Información adicional**

Puerto Venecia es un Shopping Resort, en constante evolución para ofrecer la excelencia a sus clientes, asegurando una experiencia cultural, comercial y de ocio apasionante para todas las edades. Para que las empresas consigan el éxito, depende de alguna forma a su capacidad de adaptación a los cambios que se producen en su entorno y Puerto Venecia debe estar preparado para afrontar los nuevos retos y oportunidades que se presentan.

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

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

Cabe destacar como beneficios del Plan de Acogida:

- Conocimiento de los valores, cultura y filosofía de Puerto Venecia por todos los miembros

del equipo.

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

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

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

#### **9.1. Información adicional**

Desarrollamos diferentes acciones en materia de RSC.

Por una lado, existe una una planificación anual derivada del Plan de Sostenibilidad y toda la parte relacionada con nuestro compromiso con la sociedad. En dicho plan se recogen los objetivos anuales, y se van evaluando la consecución de los mismos en los informes mensuales, trimestrales y memoria anual.

Por otro lado, se realizan una serie de acciones puntuales como la cesión de nuestro espacio solidario a distintas organizaciones no gubernamentales, a través del cual se les proporciona un espacio de visibilidad y captación de socios, que no se pueden detallar en un plan anual.

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

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

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como

plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ?.

#### **10.1. Información adicional**

Consideramos necesarios los objetivos e indicadores de seguimiento para poder medir nuestra evolución, además nos proporcionan una medida de comparabilidad y posicionamiento en el sector.

El seguimiento de los objetivos establecidos y de los correspondientes KPIs se realiza a través de los informes mensuales, trimestrales y anuales. Estos recogen entre otros aspectos datos relacionados con el importe donado, el nº de acciones realizadas, el alcance, etc.

### **CLIENTES**

#### **Satisfacción de cliente**

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

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

##### **11.1. Información adicional**

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

Por otro lado, también se realizan encuestas anuales tanto a los clientes como a los comercios para conocer su satisfacción con diversas áreas del centro. Además, ante eventos o promociones específicas también se lleva a cabo una encuesta para conocer el grado de satisfacción de la acción desarrollada. Puerto Venecia tiene un NPS del 92/100 (indicador empleado para medir el grado de recomendación).

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

##### **12.1. Información adicional**

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

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



## **Innovación en los productos y servicios**

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

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

#### **13.1. Información adicional**

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

## **Calidad de los productos y servicios**

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

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

#### **14.1. Información adicional**

Siempre se valoran todos los ámbitos antes de poner en marcha un nuevo servicio. Por ejemplo, cuando se trabajó en la instalación de fuentes de agua como parte de nuestro servicio Dogfriendly, se consultó a los usuarios del servicio y antes de tomar la decisión final se tuvieron en cuenta los consumos, para que fueran lo más eficientes posibles. Otro ejemplo fue la instalación de unas nuevas vallas para la nueva zona infantil, las cuales se eligieron priorizando aquellas que estaban fabricadas con materiales de origen reciclado.

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

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

#### **15.1. Información adicional**

El servicio posventa se ofrece a los operadores, como arrendatarios del complejo inmobiliario, donde un departamento exclusivo se dedica a la gestión y a la relación directa con los mismos. A su vez, se hace un seguimiento de la calidad del servicio ofrecido y

apoyándoles con iniciativas con cursos y talleres exclusivos dirigidos a los comercios con objetivos como: potenciar ventas, mejorar imagen de marca, relación con clientes, etc... Además, se les ofrece apoyo a través de las herramientas y canales de comunicación de Puerto Venecia.

## **Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

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

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

#### **16.1. Información adicional**

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

Por otro lado, respecto a los clientes del shopping resorte en la página web disponen de información clara y concisa relacionada con todos lo servicios ofertados.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

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

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

##### **17.1. Información adicional**

Anualmente se realizan encuestas de clima laboral con el objetivo de llevar a cabo una evaluación sobre la satisfacción de los empleados de los equipos de Puerto Venecia. Además, se llevan a cabo reuniones semanales con todos los jefes de equipo para coordinar y tratar asuntos sobre la atención al cliente y relación laboral. Por otro lado, para fomentar el trabajo en equipo y desarrollar sentimiento de pertenencia, se realizan acciones de teambuilding, actividades especiales con las familias de los empleados o clases de Yoga. También entregamos detalles a modo de agradecimiento en momentos puntuales del año (aniversario, acción navideña solidaria, etc). Todas las sugerencias recibidas por los empleados en las encuestas de clima laboral son estudiadas y valoradas, aunque algunas no pueden ser implantadas ya que no es personal propio de la Comunidad de Propietarios de Puerto Venecia.

## **Igualdad de oportunidades y no discriminación**

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

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

#### **18.1. Información adicional.**

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

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

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

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

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

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

### **Formación y desarrollo profesional**

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

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

#### **20.1. Información adicional.**

A través de las encuestas de clima laboral, se conocen las necesidades y peticiones de formación de los equipos de Puerto Venecia. Posteriormente, se evalúan las solicitudes y sugerencias recibidas, y siempre y cuando sean de utilidad para una mayoría se planifican y desarrollan durante el año.

La solicitud de formaciones de carácter técnico o específicas a cada puesto de trabajo se llevan a cabo por las subcontratas, ya que el personal no es empleado directo de la Comunidad de Propietarios.

En cuanto a los trabajadores de los comercios, se envían encuestas sobre sugerencias y se realizan talleres y mini cursos enfocados a la adquisición de herramienta para potenciar las ventas, mejorar la imagen, dar visibilidad a sus negocios a través de herramientas digitales, etc...

Además en los últimos años se han realizado varios cursos de la mano de las asociaciones con las que trabajamos enfocados a la creación de conciencia social. Por ejemplo, este año que hemos trabajado con la fundación Down para promocionar la inserción laboral de este colectivo a través de unas prácticas en los distintos equipos del centro, se realizó una formación sobre como tratar a las personas con síndrome de Down previa a su incorporación a los equipos.

Todos los cursos reciben una evaluación posterior para analizar los resultados, así como satisfacción de los participantes en el curso.

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

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

### **21.1. Información adicional.**

Aunque los empleados no son contratados por La Comunidad de Propietarios, en el pliego de las condiciones de las subcontratas se establece este punto. Por otro lado, como se ha comentado en el punto anterior, Puerto Venecia siempre realiza formaciones destinadas a fomentar la capacitación y crecimiento profesional y personal de las personas que trabajan en el centro.

## **Seguridad y Salud**

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

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

### **22.1. Información adicional.**

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

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales

específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

### **23.1. Información adicional.**

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

Además, como hemos comentado en otros puntos, siempre intentamos buscar ese punto diferencial en los servicios que ofrecemos o productos que adquirimos. Del mismo modo, los pliegos de condiciones técnicas incluyen estos aspectos y se ha creado la Guía ESG (sobre buenas prácticas en materia de sostenibilidad) que se entrega a todos los operadores que se instalan en el shopping resort, y que incluye todos estos aspectos.

## **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

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

#### **24.1. Información adicional.**

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

## **SOCIAL**

### **Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

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

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

#### **25.1. Información adicional.**

Los proyectos sociales con los que se colabora responden a los objetivos definidos en la estrategia de sostenibilidad del shopping resort, a partir de la escucha de las distintas partes interesadas. No obstante, y de manera puntual, se realizan acciones o pequeños proyectos aislados que atienden a las necesidades del momento ( por ejemplo, en el año 2023 se realizó una recogida de alimentos para Marruecos tras el terremoto que asoló el país o la cesión en el año 2024 de la Pop up a la AECC para la venta de productos destinados a la recaudación de fondos para la asociación).

Por otro lado, siempre que se colabora con una organización se busca que sus valores sean coherentes y alineados con la cultura del Shopping Resort. Todas las acciones se evalúan, se planifican y coordinan, se comunican y, por último, se hace un seguimiento de los resultados e impactos tanto en el público como en los medios utilizados para su comunicación.

Además, disponemos de un Espacio Solidario ( el primero de este tipo en Aragón) diseñado y dedicado exclusivamente para la disposición y difusión de los proyectos solidarios de las organizaciones, fundaciones o asociaciones. Un lugar de encuentro para todas las organizaciones y entidades sin ánimo de lucro que deseen dar a conocer sus iniciativas a los visitantes del Shopping Resort. Se trata de un espacio permanente ubicado en Planta Alta de The Gallery que cuenta con una zona para la atención personal y un soporte digital que permite proyectar imágenes, creatividades y/o videos. La gestión de dicho espacio, se realizará a través de reserva online. Los interesados deberán cumplimentar el formulario que se encuentra en la parte inferior de la página e indicar las fechas de reserva.

En todas estas acciones la colaboración principal consiste en dar visibilidad a las entidades con las que se colabora a través de la cesión de un espacio dónde informar sobre su labor o a través de campañas de comunicación y concienciación. En algunos casos, se colabora de manera económica bien sea a través de donaciones o mediante la cesión gratuita de un espacio en el que dar a conocer la labor de la asociación y poder vender merchandising para la recaudación de fondos.

### **Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio**

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

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

##### **26.1. Información adicional.**

Como se ha mencionado en el punto anterior, todos nuestros proyectos sociales están alineados con nuestra propia estrategia de sostenibilidad, basada en los temas materiales que interesan a nuestros principales grupos de interés, y a los propios intereses de la organización. Por ejemplo, dentro del tema material "Salud y Bienestar" se crea el Objetivo "Mejorar la salud y bienestar de nuestra comunidad" del cual se despliegan distintos proyectos de carácter social como las clases de yoga gratuitas para empleados, la creación del primer espacio sin humo en colaboración con la AECC en el año 2023 o la creación del primer espacio fotoprotegido en Aragón en verano del año 2024.

Por otro lado, todas las acciones planteadas son respaldadas por fundaciones y organizaciones no gubernamentales que presentan valores y una cultura en línea con los de Puerto Venecia. Como ejemplo ,cuando entregamos detalles a nuestros empleados en algún día señalado lo hacemos de la mano de organizaciones en línea con nuestros valores; por ejemplo, las pasadas navidades se entregó un detalle a todos los empleados elaborado por la fundación Rey Ardid.

### **Transparencia con el entorno social de la organización**

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

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

### **27.1. Información adicional**

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

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

## **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

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

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

#### **28.1. Información adicional**

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

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

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

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

#### **29.1. Información adicional.**

El impacto ambiental es un aspecto de especial importancia para la organización, prueba de ello es la incorporación a la plantilla en el último año de la figura de Programma Maganer de sostenibilidad, como persona encargada de gestionar todos los aspectos

relacionados con la sostenibilidad (entre ellos el impacto ambiental). Además, se dispone de una estrategia específica en materia de sostenibilidad que pretende dar respuesta a todos aquellos temas relacionados con el medioambiente que son importantes para la organización y sus partes interesadas.

De esta estrategia se despliega un Anual Plan, donde se incluyen los objetivos a conseguir con dichas acciones.

Mensualmente se elaboran informes que recogen las actividades llevadas a cabo, así como los objetivos de dichas acciones y los resultados obtenidos.

Por otro lado, se lleva un exhaustivo control de los consumos de agua y luz y los indicadores de reciclaje. Además, dentro de los contratos con los operadores y subcontratas se incluye una cláusula de compromiso con la correcta gestión ambiental que ya ha sido firmada por el 100% de las contratas y mas de un 56% de los operadores.

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

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

- Contratación de energía en Baja y Media Tensión con Huella CERO de CO2.
- Participación en acciones medioambientales como La Hora del Planeta
- 47% del reciclaje de todos los residuos que se generan.
- Se esta trabajando para la compensación de la huella de carbono generada en el año 2023 y se ha elaborado un nuevo Plan de reducción de esta para el periodo 2023-2026.
- Instalación de placas solares en la cubierta que cubren un 14% del consumo eléctrico del complejo.
- El total de la energía suministrada en las zonas comunes procede de fuentes de energía renovables. Lo mismo ocurre con la energía contratada por los operadores, donde un 54% de ellos tienen un suministro 100% renovable.
- El edificio consume un 40% menos de energía que otros inmuebles de similares características.
- Se ha reducido un 23% el consumo de agua potable desde el año 2016.
- Puerto Venecia posee una plataforma propia gratuita de carsharing ?En tu coche o en el mío? para promover la movilidad sostenible; de esta manera pone en contacto conductores y pasajeros y, así, poder compartir vehículo entre empleados y clientes.
- Se dispone de 22 puntos de carga para automóviles eléctricos con el objetivo de fomentar el uso de los vehículos menos contaminantes, además de ofrecer plazas de parking con cargadores para patinetes eléctricos. En 2023 se prevé tener 80 plazas más.
- También se cuenta con 2 parkings de patinetes eléctricos y este año se ha colocado con una estación solar para recarga de bicicletas eléctricas.



- Colaboración con el bosque de los Zaragozanos desde sus inicios, este último año de la mano de Ecodes a través de una donación de 1000@ destinados a la plantación de nuevos ejemplares.
- Incentivamos la cultura a través de nuestro servicio Visitas Botánicas, donde las familias pueden descubrir las especies del centro.
- Disponemos de varios puntos limpios para clientes y locales. En el caso de los establecimientos, este último año se ha colocado un nuevo contenedor de perchas adicional al que se añadió el año pasado y un nuevo compactador para la segregación de envases procedentes de restauración.

## **Compromiso frente al cambio climático**

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

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

#### **30.1. Información adicional.**

Dentro de nuestra estrategia de sostenibilidad uno de los objetivos es la neutralidad en carbono, por lo que anualmente se planifican y llevan a cabo una serie de acciones destinadas a mejorar nuestra huella de carbono. Además, calculamos y registramos nuestra huella todos los años, habiendo logrado reducirla en un 20% para el periodo 2020-2023, un 15% por encima del objetivo planteado gracias a nuestro Plan de Reducción, y la incorporación de medidas como la mejora de los controles de fugas en los sistemas de refrigeración principalmente y los sistemas BMS que nos permiten detectar desviaciones en los consumos en tiempo real.

Por otro lado, anualmente realizamos muchas campañas de concienciación social como la La Hora del Planeta, una acción promovida por la WWF que tiene como objetivo promover la concienciación social sobre el cambio climático en la sociedad. Dicha acción tiene como misión concienciar a la sociedad sobre el cambio climático.

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

## **Economía circular**

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

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

#### **31.1. Información adicional**

El centro tiene varios puntos de reciclaje para clientes (pilas, pequeño electrodoméstico,

tapones, ropa, etc) y otros puntos para reciclaje de operadores (cartón, vidrio, plástico, perchas, etc) para ayudar en la economía circular.

Respecto al uso del agua, el agua de lluvia se almacena y emplea para el riego y el agua de las duchas de los empleados es reutiliza para los inodoros.

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

Además, a través de nuestras acciones de Responsabilidad Social favorecemos la economía circular con campañas como la del día de San Jorge, que invitaba a nuestros clientes a donar libros para darles una segunda vida en colaboración con la Fundación Tranvía. Posteriormente estos libros son entregados en la Planta de Oncología del Hospital Miguel Servet.

En el año 2023, como novedad, se decidió darle una vuelta a la campaña del black friday centrándonos en nuestro compromiso con la sostenibilidad. Más de 3.312 personas participaron a lo largo de los diez días que duro la campaña Circular Week, la campaña que Puerto Venecia puso en marcha como alternativa sostenible al Black Friday de la mano de la empresa de inserción promovida por Cáritas Zaragoza A todo trapo, que consiguió recoger 13.477 kilos de prendas. Posteriormente se instaló una Pop-up para que los clientes pudiesen comprar la ropa donada, dándole así una segunda vida. Además, con la instalación de esta pop-up también se contribuyó a la creación de nuevas oportunidades de carácter social ya que el personal contratado para esos días eran personas en riesgo de vulnerabilidad o exclusión social.

## **Comunicación ambiental**

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

Se comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

#### **32.1. Información adicional**

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

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

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

Otra vía de comunicación son las circulares, estas se envían a los operadores para informarles de aspectos como la correcta segregación de residuos, medidas de eficiencia energética, etc. Además, cada vez que un nuevo operador se instala se le entrega la Guía ESG sobre buenas prácticas en materia de sostenibilidad que incluye medidas para controlar los aspectos ambientales.

## **VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

### **Priorización de temas**

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

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

### **Valoración Global**

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

9

### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

**35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

- Construcción y diseño del edificio respetuoso y sostenible.
- Puerto Venecia consiguió la prestigiosa certificación medioambiental LEED (Líder en Eficiencia Energética y Diseño Sostenible), sistema a escala mundial que evalúa la sostenibilidad de los edificios desde su fase inicial, en su categoría Gold. También en 2021 el sello BREEAM con sobre calificación Excelente.
- 47% de reciclaje de todos los residuos que se generan.
- Compromiso con el NET Zero. Energía 100% de origen renovables en zonas comunes y +50% operadores y un 14% de energía autoabastecida.
- El valor total estimado de colaboración con asociaciones, fundaciones y ONGs fue de 35k€ en 2020, 58k en 2021, 104K en 2022 y 135K en 2023.

**36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?**

- Mejora de prácticas de ahorro energético y sostenibilidad.

- Incrementar porcentaje de reciclaje frente al actual, tenemos el objetivo Zero Waste a corto plazo.
- Mejorar el tratamiento de los residuos.
- Incrementar el número de colaboraciones con ONGs, superando la estimación de importe económico conseguido el año anterior.
- Estudio para la obtención de nuevos certificados gestión sostenible.
- Aumentar el impacto en áreas como el fomento de la salud y el bienestar local y la generación de empleo (temas materiales de nuestros grupos de interés recientemente identificados en el último estudio de mercado).

## **Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

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

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

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

Si

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

- ODS 1. Fin de la pobreza.
- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 14. Vida submarina
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.