

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL 2017

TURISMO DE ARAGÓN



ÍNDICE DE LA MEMORIA

| | |
|---|----|
| - Perfil de la Memoria | 5 |
| - Perfil de la organización..... | 7 |
| - Estructura de gobernanza..... | 9 |
| - Plan de estrategia turística 2017/2020..... | 13 |
| - Actividades, servicios y productos..... | 16 |
| - Estrategia en sostenibilidad y Responsabilidad Social..... | 21 |
| - Materialidad y cobertura..... | 25 |
| - Economía y finanzas..... | 29 |
| - Empleo y personas empleadas..... | 31 |
| - Organizagrama de funcionamiento y competencias.. | 33 |
| - Centros de trabajo..... | 36 |
| - Sociedad y derechos humanos..... | 37 |
| - Medio ambiente..... | 41 |
| - Grupos de interés..... | 43 |
| - Buen gobierno..... | 45 |
| - Ética e integridad..... | 48 |
| - Reclamaciones y sugerencias..... | 49 |
| - Estrategia en Responsabilidad y Social y Objetivos del Milenio..... | 52 |
| - Tabla indicadores GRI..... | 62 |

PROMOVER UN TERRITORIO SOSTENIBLE A TRAVÉS DEL TURISMO

Por tercer año consecutivo Turismo de Aragón elabora un Informe sobre Responsabilidad Social que desarrolla mediante parámetros internacionalmente estandarizados y que pretende poder ir modificando las prácticas y usos turísticos mediante la puesta en evidencia de que el turismo debe seguir siendo un instrumento fundamental en el desarrollo de Aragón pero éste debe hacerse de manera responsable con la sociedad y el entorno en el que esta actividad tiene su arraigo.

Turismo de Aragón asume este compromiso voluntario y alinea su acción con la propuesta que hace el Gobierno de Aragón de desarrollo de la Comunidad a través de la consecución de nuestra misión de manera sostenible económica, social y medioambientalmente.

Todo ello fundamentado en los principios del Pacto Mundial para el Desarrollo Sostenible.

PERFIL DE LA MEMORIA

El contenido de la presente Memoria de Responsabilidad Social refleja los estándares internacionales del Global Reporting Initiative, GRI.

Dicho estándar está en su forma más actualizada GRI4.

Turismo de Aragón quiere así sumarse a la misión de la Global Reporting Initiative que es la de fomentar la redacción de Memorias de Sostenibilidad entre cualquier tipo de empresa u organización.

Turismo de Aragón en su práctica de transparencia, redacta dicha Memoria para que su acción sea conocida y la pone a disposición de la ciudadanía a través de la publicación de la misma en nuestra web turismodearagon.com, junto con el resto de información recurrente de dicha sociedad.

Dicha decisión se enmarca dentro de la política pública turística en la que destaca que nada de nuestra acción merece la pena si no se realiza bajo parámetros de respeto medioambiental, sostenibilidad económica y responsabilidad para con la sociedad donde vivimos.

Nada escapa ya al “ojo crítico” de los usuarios, turistas, consumidores... que no esté realmente comprometido con la ética en la acción y el desarrollo de los cometidos públicos.

Nuestra labor como gestores del Turismo en Aragón desde la perspectiva de lo público no puede trabajar de manera paralela a la ética y la responsabilidad social.

Por todo ello, se elabora esta tercera Memoria de Responsabilidad Social de Turismo de Aragón, que con carácter anual elaboramos y que comprende el año 2017.

La priorización y materialidad de los asuntos quedaron reflejados en el Plan de Estrategia Turística cuya vigencia es hasta el año 2020 y en la que los asuntos vertebrales son fruto de un innovador proceso de participación realizado.

Estas cuestiones son el músculo sobre el que gira la acción en materia de sostenibilidad y responsabilidad social no ajenas a cambios, variaciones y adaptaciones derivadas de los rápidos cambios sociales que en este sentido se

producen. Mucho más rápidos que los que nos gustaría que tuviera nuestra acción.

En ella se refleja el largo camino que queda por recorrer, pero ese que iniciamos en el 2015 y del que no hay retorno posible. Sólo nos queda avanzar.

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

La Sociedad de Promoción y Gestión del Turismo Aragonés, S.L.U., es el instrumento del Gobierno de Aragón para la gestión y la promoción del Turismo de nuestra Comunidad.

Es una empresa pública creada por Decreto 199/2001, de 18 de septiembre, y que pertenece al sector empresarial público englobado en la Corporación Empresarial Pública de Aragón, S.L.U.

Es una sociedad mercantil de responsabilidad limitada que se rige por sus Estatutos y por las demás disposiciones legales que le son aplicables.

La sociedad tiene la consideración de medio propio instrumental y servicio técnico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Aragón, de sus organismos públicos dependientes y de cuantas otras Administraciones Públicas formen ostenten parte de su capital social, pudiendo estando obligada a realizar los trabajos que éstas estos le encarguen en las materias señaladas en sus estatutos sociales referidos a su objeto social.

Siendo nuestra misión:

- Ser un instrumento de gestión y promoción turística que favorezca el desarrollo de las políticas públicas turísticas,
- Que mantenga y ayude a mantener una imagen de destino reputado poniendo en valor su patrimonio histórico, su cultura y sus recursos naturales
- Cuya finalidad es la de vertebrar el territorio aragonés, actuando con responsabilidad en el presente y con la vista puesta en las generaciones futuras.

Nuestros objetivos fundacionales son:

- Potenciar el sector turístico en todos sus aspectos y el desarrollo de cuantas actividades tiendan a tal fin.
- Gestionar las instalaciones turísticas que le sean asignadas por el Gobierno de Aragón
- Editar de todo tipo de material promocional, en cualquiera de los soportes que se estimen oportunos.
- Producir y distribuir la información que favorezca el desarrollo turístico aragonés.
- Coordinar las acciones promocionales de otras entidades, públicas o privadas, que tengan igual fin, en el marco de la política turística general.
- Realizar estudios y propuestas dirigidos a la mejora de la calidad del turismo de Aragón, en sus distintos ámbitos y subsectores.
- Y en general, cuantas actividades contribuyan al mejor desarrollo turístico de la Comunidad Autónoma de Aragón.

ESTRUTURA DE GOBERNANZA

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

La administración y gobierno de la Sociedad es encomendado por la Junta General al Consejo de Administración con un mínimo de tres miembros y un máximo de doce (en estos momentos está integrado por 6 miembros), que ejercita el poder de representación colegiadamente.

El Consejo de Administración de la sociedad administra los asuntos de la sociedad en función de las competencias que le son propias y que se contemplan en los estatutos de la misma y conforme a norma.

La duración en el cargo será por tiempo indefinido y el nombramiento surtirá efecto desde el momento de su aceptación.

El Consejo de Administración actuará colegiadamente y elige entre sus miembros, como mínimo, un presidente y un secretario.

El cargo de Secretario recae en estos momentos en una persona no perteneciente al Consejo de Administración, que dispone de voz pero no de en las reuniones que se celebran.

Su convocatoria es facultad del Presidente de motu propio o a petición de un mínimo de dos consejeros.

La frecuencia de reunión en el actual periodo suele ser bimensual.

Las competencias propias del Consejo de Administración son las siguientes:

- Determinar las estrategias de acción de la sociedad.
- Aprobar sus inversiones
- Formular las Cuentas Anuales
- Nombrar y cesar la Dirección Gerente de la Sociedad

Su composición actual es:

PRESIDENTE.

José Luis Soro Domingo

VICEPRESIDENTA

M^a Luisa Romero Fuertes

VOCALES

Juan Martín Expósito

Joaquín Palacín Etoro

Carmelo Bosque Palacín

Ramiro Revestido Vispe

El Consejo de Administración está presidido en este caso por el Consejero del Gobierno de Aragón cuya materia tiene entre sus competencias departamentales.

José Luis Soro es Consejero del Gobierno de Aragón de Vertebración Territorial, Movilidad y Vivienda.

La Vicepresidencia la ostenta, en este caso, la persona que tiene como responsabilidad política concreta la materia turística. En este caso es M^a Luisa Romero Fuertes que es la Directora General de Turismo del Gobierno de Aragón.

Los vocales son personas cuyas competencias políticas derivadas de su cargo están relacionados con la política turística. Éstas son:

El Director General de Vertebración Territorial cuyo responsable es Joaquín Palacín Etoro. Carmelo Bosque Palacín, Director General de Urbanismo y el Secretario general Técnico del Departamento que es Juan Martín Expósito.

Por último destacar que en los Consejo de Administración de las sociedades públicas está representada la oposición parlamentaria de las Cortes de Aragón y que en este caso la persona designada es Ramiro Revestido Vispe del Partido Popular de Aragón.

Toda toma de decisión dentro de la sociedad es resuelta en el Consejo de Administración de la sociedad.

JUNTA GENERAL

La Junta General de socios es el órgano soberano de formación de la voluntad social.

Cuenta con un presidente y un secretario cuyo nombramiento y revocación corresponde a la propia junta.

A las juntas está permitida la entrada, como observadores, a quienes sin ostentar la condición de socios se puede considerar conveniente su asistencia.

Su periodicidad en las reuniones es anual sin perjuicio de ser convocada en cuantas ocasiones se estime oportuno.

En el caso de Turismo de Aragón, nuestra Junta General de Accionistas es la Corporación Empresarial Pública de Aragón, S.L.U., ya que es la sociedad teniente del 100% de las participaciones de la sociedad.

Somos parte del grupo empresarial público de Aragón.

Las funciones de La Junta General de la Sociedad son:

- Cesar y nombrar nuevos miembros para el Consejo de Administración de Turismo de Aragón.

La última renovación de estos fue el 21 de septiembre de 2016.

Los nuevos miembros tomaban posesión de sus cargos el 6 de octubre de 2016 en sesión ordinaria de Consejo de Administración de la Sociedad.

- Aprobar las cuentas anuales de la Sociedad

- Modificar los Estatutos Sociales
- Aumentar o disminuir el Capital Social
- Acordar fusiones, escisiones, disoluciones y liquidaciones de la Sociedad
- Todas otras cuantas facultades le atribuya la Ley

La sociedad no ha tenido cambios significativos en relación a sus órganos de gobierno y el periodo comprendido entre la Memoria de Responsabilidad Social 2016 y la presente Memoria de Responsabilidad Social que abarca el análisis de la acción de la sociedad a lo largo del todo el año 2017.

La Sociedad tampoco ha registrado cambios en el Capital Social desde la realización de la última Memoria de Responsabilidad Social del año 2016.

DIRECCIÓN GENERAL

El Director Gerente es el máximo responsable de dirigir la ejecución de la Sociedad.

Todo ello bajo las directrices aprobadas en los órganos anteriormente descritos.

PLAN DE ESTRATEGIA TURÍSTICA 2017-2020

Derivado de la importancia, que ya hemos señalado, del sector turístico para Aragón y su desarrollo, el Departamento de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, que tiene la competencia en dicha materia en el Gobierno de Aragón desde el año 2015, consideró fundamental desarrollar la política pública turística a través de un Plan que dirigiese dicha acción teniendo en cuenta el desarrollo sostenible de Aragón.

La “mirada” puesta sobre la Vertebración Territorial era una nueva perspectiva que ponía de relevancia la importancia del paisaje, las conexiones y las personas que habitan Aragón dentro de cualquier iniciativa turística que se pudiese en marcha.

Los cambios de paradigma tan importantes que se estaban produciendo en los últimos años en el ámbito del consumo y del uso de los recursos turísticos debían de ser aunados en un Plan que guiara la acción desde la Dirección General de Turismo y la empresa pública Turismo de Aragón.

El nuevo Plan Estratégico diseñado comprende el periodo 2016-2020.

Dicho Plan está alineado al Plan de Turismo Español 2020 cuya meta principal es:

- Que el sistema turístico español sea el más competitivo y sostenible, aportando el máximo bienestar social.

Meta que marida perfectamente con la estrategia de Responsabilidad Social que Turismo de Aragón lleva a cabo.

Toda acción puesta en marcha desde Turismo de Aragón emana de este Plan de Estrategia Turística 2016-2020 cuya VISIÓN habla de estrategia sostenible.

“ARAGÓN busca posicionarse como turismo experiencial de amplio espectro motivacional a través de una gestión sostenible del destino y sus recursos y de una búsqueda permanente de excelencia, entendida como la satisfacción e incluso superación de las expectativas del turista”.

Los vectores del Plan Estratégico son:

GESTIÓN DE PRODUCTO

COMUNICACIÓN

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Los tres vectores tienen gran importancia en la gestión sostenible

A partir de estos tres vectores se marcan 8 objetivos para el Plan.

1. Potenciar la notoriedad de Aragón como destino turístico atractivo capaz de albergar a diferentes segmentos de mercado
2. Dinamizar la oferta turística de la comunidad y posicionarla en los circuitos comerciales nacionales e internacionales.
3. Propiciar el incremento del número de turistas en Aragón
4. Fomentar la fidelización y el efecto repetición del destino a través de la oferta segmentada por productos y mercados
5. Favorecer la prolongación de la estancia media por turista y el incremento del nivel de gasto.
6. Generar una imagen favorable de Aragón como destino turístico mediante la promoción de los valores diferenciales respecto a otros destinos.
7. Plantear una estrategia de gestión eficiente y eficaz de los recursos públicos destinados a la promoción turística para conseguir más visitantes con menos gasto.

8. Aprovechar las sinergias de la gastronomía aragonesa como factor diferencial de la oferta turística y como eje transversal que incide en todos los objetivos de la política turística.

La concreción de cada uno de ellos configura un mapa de 75 medidas concretas.

Todo el Plan de Estrategia tiene como transversalidad la sostenibilidad como herramienta sobre la que debe ser gestionado.

El propio PLAN especifica:

“(…) que la vocación de la estrategia turística aragonesa persigue entre sus objetivos de cabecera un crecimiento económico equilibrado en todo Aragón a través de prácticas sostenibles, enfocando su política hacia la satisfacción del turista capaz de valorar este enfoque.”

“Se hace necesario impulsar prácticas de turismo sostenible que impliquen el cuidado de los citados recursos naturales, con una coordinación efectiva en todos los ámbitos administrativos e institucionales, que favorezca tanto la conservación del excelente medio natural como la práctica de un ecoturismo responsable y socialmente justo con los habitantes locales.”

Dicho Plan viene desarrollándose desde entonces y se han realizado evaluaciones parciales, de las que se ha dado cuenta públicamente, sobre la ejecución del mismo.

ACTIVIDAD, SERVICIOS Y PRODUCTOS

Turismo de Aragón tiene una estructura organizativa basada en áreas de gestión.

Las áreas de gestión ejecutan las acciones y programas dirigidos por la Dirección Gerente.

Para cada una de ellas hay un jefe o jefa de Área que reporta la consecución de objetivos ante la Dirección Gerente.

Todo el personal de Turismo de Aragón se engloba en alguna de ellas con tareas determinadas para la consecución de objetivos en las mismas.

LAS ÁREAS SON:

ÁREA CORPORATIVA

Coordinación y seguimiento de la Red de Hospederías y el aeródromo de Santa Cilia como elementos propios de gestión.

Tiene bajo su gestión el Plan de Gastronomía que Turismo de Aragón lleva a cabo.

ÁREA MONASTERIOS

Dirección de:

- San Juan de La Peña y la Iglesia de Santa Cruz de la Serós.
- Visitas guiadas del Monasterio de Sigüenza
- Visitas guiadas y mantenimiento del Real Monasterio de Nuestra Señora de Rueda

**ÁREA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS E INNOVACIÓN,
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y PROYECTOS EUROPEOS.**

Área en el que se trabajan

- Los diferentes productos turísticos que se ponen en marcha de Turismo de Aragón, cuyo contenido preferentemente está relacionados con la Cultura, la Naturales y el Deporte como vehículos de promoción turística.
- Eventos de carácter puntual
- Gestión de proyectos Europeos.
- Y la gestión de los temas relacionados con la Sostenibilidad y Responsabilidad Social.

ÁREA DE ANÁLISIS Y ESTRATEGIA

Área en la que queda englobada la competencia del servicio de estrategia y estudios.

ÁREA ECONÓMICO ADMINISTRATIVA

Encarga de la gestión de los asuntos económicos y jurídicos

NUEVAS TECNOLOGÍAS

Gestión de toda la comunicación y acciones de carácter on-line.

INFORMACIÓN TURÍSTICA Y OFICINAS DE TURISMO

Gestión de todos los aspectos relacionados con la atención al turista, oficinas de turismo propias, coordinación con el resto de oficinas de Aragón y del material editado como soporte promocional.

Nuestro modelo de gestión está enfocado a la atención al sector turístico aragonés. En apoyar al sector privado de nuestra industria turística. En favorecer la coordinación y la puesta en marcha de planes y programas desde el ámbito público que beneficien al conjunto del ecosistema turístico aragonés.

Todo ellos con la finalidad de ser un destino turístico reputado por la calidad de lo que se ofrece, por lo atractivo que podamos llegar a hacerlo y por lo sostenible que podamos llegar a desarrollarlo.

Desde la puesta en marcha de la estrategia interna en materia de Responsabilidad Social, Turismo de Aragón, ha incorporado en su gestión elementos que la favorezcan.

Los productos que desarrollamos contienen importantes matices con los que antes no contaban. Procuramos que todos tengan un marcado carácter de respeto medioambiental, las contrataciones puestas en marcha.

Todas nuestras áreas trabajan en pro de los principales grupos de interés para nosotros.

Dentro de los denominados clientes, sin duda hay dos grandes grupos. Los y las personas que consumen nuestros productos turísticos, los y las turistas. Y todo el sector turístico (alojamientos, agencias de viajes, empresas de turismo activo, guías de turismo, personal experto en los productos turísticos sobre los que trabajamos, asociaciones gremiales turísticas, instituciones locales, responsables y técnicos turísticos de las instituciones de carácter local...), que opera en nuestra Comunidad y sobre los que nuestra labor debe estar enfocada como apoyo a su fundamental labor. Si estos últimos y sin los primeros, sin duda, nuestra labor no sería sobre la que trabajamos.

Nuestros productos no se ponen en marcha sin el sector. A demanda suya o con un consenso sobre ellos del 100 por 100.

Todas las acciones que realizamos tienen un componente en materia de Sostenibilidad y Responsabilidad Social importante.

Desde el desarrollo cada vez mayor de productos conectados con el respeto medioambiental de manera muy directa, pasando por la optimización de recursos en nuestro trabajo que mitiguen nuestra huella ecológica para llegar a la inclusión de cláusulas sociales en la contratación pública de nuestras licitaciones.

Nuestra acción en los diferentes mercados se centra en acciones de promoción con el objetivo de atraer turistas claves interesados en nuestros productos y lo que Aragón como destino turístico ofrece.

Nos dirigimos, fundamentalmente, a clientes finales, a agentes turísticos de dichos mercados o agentes clave de los mismos, a prescriptores reputados cuyo liderazgo en la opinión es fundamental para nuestra reputación como destino y a medios de comunicación.

Por último señalar la estrategia de “movilización” y fomento de turismo en nuestra comunidad practicado por ciudadanos y ciudadanas que viven en Aragón, con campañas específicas para ello.

El máximo responsable en la gestión es la Dirección Gerente de la sociedad. Realiza la coordinación general de toda la acción y ostenta la representación en materia de relaciones exteriores e institucionales.

Reporta directamente al Consejo de Administración y transmite las encomiendas del mismo al resto de las áreas y personal de la empresa. Establece prioridades.

Cada área tiene un responsable que coordina y pone en marcha las acciones de su competencia, dadas por el Consejo de Administración. Las áreas son las responsables de detectar los recursos necesarios y propone la compra o contratación de los necesarios bajo los parámetros de contratación pública adecuados en cada caso.

Para finalizar, reseñar la participación que Turismo de Aragón tiene en organizaciones, Consejos y otras entidades que desde los diferentes ámbitos territoriales, locales, autonómicos, nacionales e internacionales, pertenecemos como organización inmersa en una sociedad donde la Coordinación y la empatía con otras estructuras, forma parte de las herramientas imprescindibles para una mejor gestión responsable.

Algunas de las entidades en las que participamos y con las que colaboramos son:

- Ayuntamientos
- Comarcas
- Consejo de Turismo de Aragón
- Federación aragonesa de ciclismo

- Aragón Film Comission
- Asociación para la Memoria Histórica de Aragón
- Asociación de estaciones de servicio de Aragón
- Comisión de Senderos Turísticos de Aragón
- Agrupación Transfronteriza Portalet
- Département de Pyrénées Atlantiques
- Département Hautes-Pyrénées
- Federación Aragonesa de Montaña
- Federación Francesa de Montaña
- Plan Montaña del Macizo Pirenaico
- Cámara de Comercio
- Fundación Ibercaja
- Casa Ganaderos
- Universidad de Zaragoza
- Y cualquiera de las Asociaciones del ámbito turístico

ESTRATEGIA EN SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Turismo de Aragón apuesta por la integración de la gestión responsable y la sostenibilidad en su estrategia de acción.

La actividad que desarrolla Turismo de Aragón tiene sin duda incidencia en el “ecosistema” turístico de nuestra comunidad. Sobre el territorio y sobre su entramado empresarial.

Su impacto, el de la actividad turística, es importante si hablamos de medioambiente, sociedad y economía. Por ello es importante la asunción de una gestión responsable.

La reputación y la protección del medio natural son hechos fundamentales a tener en cuenta.

Nuestros recursos turísticos son:

- Los recursos más importantes que debemos transformar en activo.
- Que para la transformación en activo debemos tener claro que preservarlos es lo que los hará perdurables a ellos y a nuestras generaciones futuras.
- Que su perdurabilidad será el motor del desarrollo de Aragón y su sociedad. Nuestra acción tiene un reflejo inmediato en la comunidad que nos rodea y por ello debemos incorporar criterios de buena gestión en nuestra misión.
- Y que ese desarrollo sólo será SOSTENIBLE.

El Gobierno de Aragón ha puesto en marcha el Plan de Responsabilidad Social de Aragón que se fundamenta en los siguientes principios a los que Turismo de Aragón asume como propios, iniciando su propia estrategia de incorporación de

criterios socialmente responsables y sostenibles en su gestión interna y su relación con el entorno que le rodea, de los que, además, se derivan compromisos como la elaboración de la presente memoria.

Estos principios son:

1. Transparencia
2. Sostenibilidad
3. Respeto a las personas empleadas
4. Excelencia en la gestión y orientación al cliente
5. Relación con los proveedores
6. Respeto al medioambiente

Como hemos señalado al comienzo de esta Memoria anual, el Plan aragonés de Estrategia Turística para el periodo 2016-2020 dice en su VISIÓN:

“Aragón busca posicionarse como turismo experiencial de amplio espectro motivacional a través de la *gestión sostenible del destino y sus recursos* y de una búsqueda permanente de excelencia, entendida como la satisfacción e incluso de las expectativas del turista”

Nuestra incorporación de criterios socialmente responsables y de sostenibilidad, están alineadas con la estrategia del Plan aragonés de Estrategia Turística 2016-2020 como refleja su visión.

Así, la estrategia en materia de responsabilidad social se concreta en:

1. SER EL REFERENTE DE DESTINO REPUTADO
2. INCORPORAR DE MANERA SISTEMÁTICA EN LA ESTRATEGIA TURÍSTICA LA SOSTENIBILIDAD Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO HERRAMIENTAS de gestión.

3. Establecer e incorporar dentro de la estructura de gestión interna de Turismo de Aragón parámetros que nos permitan medir y reducir impacto medioambiental en todas nuestras acciones, establecer código de conciliación la igualdad y de ambiente laboral en el ámbito de los empleados y empleadas y fomentar la labor social.
4. Diseñar y poner en marcha un plan de extensión de la responsabilidad social y la sostenibilidad entre nuestros grupos de interés con especial incidencia entre nuestros clientes (entendidos estos como nuestros turistas) y el sector privado.
5. Diseñar y difundir los criterios de sostenibilidad y responsabilidad social entre nuestros proveedores.
6. Diseñar y poner en marcha mecanismos de contratación pública responsable.
7. Hacer más "líquida" la Gobernanza basada en la transparencia y en establecimiento de un protocolo de diálogo continuo con los Grupos de Interés más importantes para Turismo de Aragón entre los que destacan nuestros turistas (clientes), el sector turístico privado y los profesionales del sector
8. Incorporar los criterios de sostenibilidad en la planificación previa a la creación de nuevos productos turísticos con el fin de poder concebirlos y desarrollarlos de manera responsable socialmente.
9. Observar y en su caso incorporar criterios de responsabilidad social y sostenibilidad en los productos turísticos consolidados.

Ya en la Memoria realizada sobre el ejercicio 2016, desde Turismo de Aragón hablábamos en este mismo epígrafe de la necesidad de alinear los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Dichos objetivos habían comenzado a andar ese mismo enero y, como sabemos, “son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad”.

Desde Turismo de Aragón hemos iniciado la estrategia de sumarnos a la influencia que cada uno de estos 17 objetivos pueda tener en nuestra labor diaria y en la puesta en marcha de políticas públicas en materia turística.

Así, hemos desarrollado a corto, medio y largo plazo una serie de medidas para cada uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y que se reflejan en la presente Memoria en el apartado de “Compromisos”.

MATERIALIDAD Y COBERTURA

El presente apartado de la Memoria que desglosa los asuntos de materialidad y cobertura, no ha sufrido variación significativa entre la Memoria realizada sobre el ejercicio 2016 y el ejercicio 2017 objeto del presente informe.

El Plan de Estrategia Turística está vigente hasta el 2020. Además los asuntos de materialidad reflejados tienen como escenario temporal el medio plazo por lo que Turismo de Aragón continúa el trabajo de incorporación de la Responsabilidad Social en su estrategia de gestión tal y como describimos.

Los contenidos y alcance de materias socialmente responsables de Turismo de Aragón, derivan del Plan de Estrategia Turística y la metodología utilizada para su elaboración fue de carácter participativo donde los grupos de interés más importantes para Turismo de Aragón estuvieron presentes.

A su vez, el análisis para su mejor adecuación se ha realizado con carácter interno dentro de la Sociedad.

La sostenibilidad es uno de los criterios destacados en ese Plan elaborado y consensuado por el sector y por las instituciones responsables, entre ellas Turismo de Aragón, en materia turística en el Gobierno de Aragón.

A partir de aquí se realiza un análisis para enfocar los contenidos más relevantes en esta materia incluidos en el Plan de Estrategia Turística de Aragón. Sobre aquellas medidas reflejadas en dicho Plan y cuyo desempeño corresponde a Turismo de Aragón.

En relación a la identificación de los asuntos concernientes a la responsabilidad social y la sostenibilidad, los grupos de interés no han señalado aspectos especialmente críticos pero sí se ha incorporado dicho criterio como visión de dicho Plan Estratégico lo que hace destacar este valor como esencial para todos ellos.

Las fases que ha contemplado dicho análisis son las siguientes:

IDENTIFICACIÓN

En la identificación de lo que es importante para Turismo de Aragón en materia de sostenibilidad y responsabilidad social se han tenido en cuenta bajo dos epígrafes:

1. Lo que tiene impacto dentro de la organización
2. Y lo que tiene impacto fuera de la organización

Los turistas, entendidos estos como nuestros principales clientes, el sector productivo turístico, el entorno social en el que interactuamos y sobre el que tiene consecuencias nuestras acciones (la denominada comunidad), los empleados y empleadas de Turismo de Aragón y la eticidad de nuestro negocio son los ejes de nuestra materialidad.

A partir de aquí se detectan los siguientes asuntos relevantes:

CLIENTES

1. LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA / EL OBJETIVO ES SER CONOCIDOS POR NUESTRA REPUTACIÓN COMO BUEN DESTINO (ser un destino “humanizado”, al margen de consideraciones obvias de calidad
2. INVOLUCRARLOS EN LA ESTRATEGIA DE TURISMO DE ARAGÓN EN COMPROMISOS ÉTICOS
3. ORIENTAR A LOS PROFESIONALES AL CLIENTE
4. OFERTAR PRODUCTOS ÚNICOS Y POR SUPUESTO SOSTENIBLES

COMUNIDAD

1. APOYAR A LA SOSTENIBILIDAD DE LA EMPRESAS TURÍSTICAS
2. Involucrar a las empresas turísticas en la estrategia de turismo de Aragón en compromisos éticos
3. Trabajo para la aportación en materia de legislación pública turística de criterios sociales

NEGOCIO RESPONSABLE

1. Diálogo con los grupos de interés
2. Compromiso ético y de transparencia
3. Mejores prácticas de Gobierno corporativo
4. Compras responsables. Incorporación de criterios sociales, medioambientales y éticos en la contratación
5. Transparencia con los proveedores.

EMPLEADOS

1. Diálogo con los trabajadores y establecimientos de códigos en torno a los temas sostenibles y de responsabilidad
2. Diversidad e igualdad de oportunidades
3. Formación y desarrollo profesional

SOSTENIBILIDAD

1. Realización de estudio real de consumos y establecimientos de procedimientos de mejora.
2. Apoyo al desarrollo de productos turísticos que garantice el respeto medioambiental del entorno donde se desarrollan.

VALIDACIÓN

El Consejo de Administración de la sociedad valida cualquier acción que la sociedad lleva a cabo y que se refleja en la presente Memoria de las mismas.

Tal y como refleja la matriz de priorización y los compromisos adquiridos en la Memoria realizada el sobre la responsabilidad social de Aragón Turismo en el año 2017, indicar que todo ello se encuentra en proceso de realización.

Todo lo puesto en marcha desde este momento ha contado con un nuevo punto de vista que hasta ahora no era foco prioritario.

El camino está iniciado. La marcha del mismo está más ralentizada de lo previsto en un primer momento y a esto hay que añadir que al ser un elemento vivo surgen nuevos retos y propuestas que debemos incorporar y amoldar a nuestra estrategia sostenible. De la misma manera el comienzo de este trabajo nos ha permitido iniciar nuevas acciones no contempladas en una planificación inicial.

También la propia marcha del sector en la sociedad en la que vivimos, en este caso el turístico, nos hace poner el foco de atención en elementos que no habíamos tenido en cuenta.

ECONOMÍA Y FINANZAS

Las Cuentas Anuales de Turismo de Aragón han sido obtenidas de los registros contables de la Sociedad a 31 de diciembre de 2017 y se presentan de acuerdo con el marco normativo de información financiera que le resulta de aplicación, y en particular con los principios y criterios contables contenidos en el mismo, de forma que muestran la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera, de los resultados de la compañía.

A los efectos de estas cuentas anuales, el marco normativo aplicado se establece en:

- El Código de Comercio y la restante legislación mercantil.
- El Plan General de Contabilidad y sus adaptaciones sectoriales correspondientes.
- Las normas de obligado cumplimiento aprobadas por el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas en desarrollo del Plan General de Contabilidad y sus normas complementarias.
- El resto de la normativa contable española que resulte de aplicación.

La Sociedad elabora sus estados financieros bajo el principio de empresa en funcionamiento, sin que exista ningún tipo de riesgo importante que pueda suponer cambios significativos en el valor de los activos o pasivos en el ejercicio siguiente.

El detalle de ingresos y gastos de los 4 últimos años es el siguiente:

| Detalle de la cuenta de pérdidas y ganancias | Ejercicio 2017 | Ejercicio 2016 | Ejercicio 2015 | Ejercicio 2014 |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1. Consumo de mercaderías | 38.779,10 | 30.716,01 | 52.771,48 | 40.140,39 |
| a) Compras, netas de devoluciones y cualquier descuento, de las cuales: | 36.867,79 | 35.913,77 | 41.222,96 | 29.269,95 |
| - nacionales | 36.867,79 | 35.913,77 | 41.222,96 | 29.269,95 |

| | | | | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| b) Variación de existencias | 1.911,31 | -5.197,76 | 11.548,52 | 10.870,44 |
| 2. Cargas sociales | 232.682,36 | 212.397,18 | 208.507,17 | 223.891,61 |
| a) Seguridad Social a cargo de la empresa | 229.116,12 | 207.880,47 | 201.841,99 | 212.550,37 |
| c) Otras cargas sociales | 3.566,24 | 4.516,71 | 6.665,18 | 11.341,24 |
| 3. Otros gastos de explotación | 2.803.130,24 | 1.850.239,75 | 2.403.566,62 | 3.627.856,81 |
| a) Pérdidas y deterioro de operaciones comerciales | 188.174,26 | 129.850,80 | -30.589,74 | 110.551,74 |
| b) Otros gastos de gestión corriente | 2.614.955,98 | 1.720.388,95 | 2.434.156,36 | 3.517.305,07 |
| 4. Resultados originados fuera de la actividad normal de la empresa incluidos en "Otros resultados" (Ingresos (-), Gastos (+)) | -2.323,95 | -27.456,25 | -2.430,14 | -19.879,85 |

Las subvenciones, donaciones y legados recibidos que aparecen en el balance, así como los imputados en la cuenta de pérdidas y ganancias son los siguientes:

| Subvenciones, donaciones y legados recibidos, otorgados por terceros distintos de los socios. | Ejercicio 2017 |
|--|-----------------------|
| - Que aparecen en el balance | 2.483.320,00 |
| - Imputados en la cuenta de pérdidas y ganancias | 3.293.440,83 |
| - Deudas a corto plazo transformables en subvenciones | 999.338,86 |

La sociedad mantiene un equilibrio presupuestario sostenido que avala la buena gestión de sus recursos, alcanzando sus objetivos de modo eficaz.

EMPLEO Y PERSONAS EMPLEADAS

Turismo de Aragón tiene al finalizar el año 2017 un total de 27 personas empleadas.

Todas las personas son empleadas por cuenta ajena. El personal de servicios centrales y Oficinas de Turismo, todos en Zaragoza, se rigen por el Convenio Colectivo de Oficinas y Despachos de la provincia indicada. El resto de personal, que coincide con el personal que pertenece al Área de gestión de San Juan de La Peña, tiene acuerdo laboral propio heredado de su etapa anterior a la fusión en Turismo de Aragón.

La excepción es sobre el máximo responsable de la sociedad, su Director-Gerente, cuyo contrato es de Alta Dirección.

Número medio de personas empleadas en el curso del ejercicio, por categorías es el siguiente:

| Número medio de personas empleadas en el curso del ejercicio, por categorías | Ejercicio | Ejercicio |
|---|------------------|------------------|
| | Actual | Anterior |
| Personal directivo con contrato de alta dirección | 1 | 1 |
| Resto de personal directivo | 2 | 1 |
| Técnicos y profesionales científicos e intelectuales y de apoyo | 3 | 3 |
| Resto de personal cualificado | 20,56 | 18,63 |
| Trabajadores no cualificados | 0 | 0 |
| Total empleo medio | 26,56 | 24,63 |

Nuestra tasa de contratación y rotación no es significativa excepto en los empleados y empleadas que forman parte de la unidad que gestiona San Juan de La Peña que derivado de la estacionalidad de la dinámica del monasterio, sí tiene personal fijo-discontinuo.

El porcentaje de mujeres en la plantilla es del 61,72%

Al margen de los datos puramente estadísticos reflejados aquí, el capital humano de la Sociedad es determinante para llevar a cabo una labor de calidad y eficaz. Máxime teniendo en cuenta nuestro carácter público.

Por ello, las mejoras en el seno de la organización de cara a las personas empleadas son uno de los axiomas tenidos en cuenta.

La motivación, el trabajo en equipo y el apoyo a la formación son 3 principios fundamentales.

En materia de conciliación, los cambios horarios introducidos en el ejercicio anterior en materia de flexibilización horario permiten una mejor conciliación entre la jornada laboral y la vida personal de las personas empleadas en turismo de Aragón.

De la misma manera, la elección de representantes sindicales desde hace dos años, ha favorecido el inicio de negociación para un Convenio Colectivo propio de la Sociedad.

La sociedad tiene un claro compromiso en materia de seguridad laboral, habiendo una persona responsable de la misma y poniendo a disposición del personal cuantos elementos sean necesarios para mejorarla.

En este sentido, destacar que la sociedad no registra enfermedades laborales por parte de ningún empleado ni empleada.

Turismo de Aragón ofrece a sus empleados y empleadas un Plan Formativo y cuya adscripción es voluntaria.

La Sociedad tiene firmados varios convenios con Institutos de enseñanza secundaria y con la Universidad de Zaragoza, por los que acoge anualmente a alumnos y alumnas que realizan las prácticas de sus estudios.

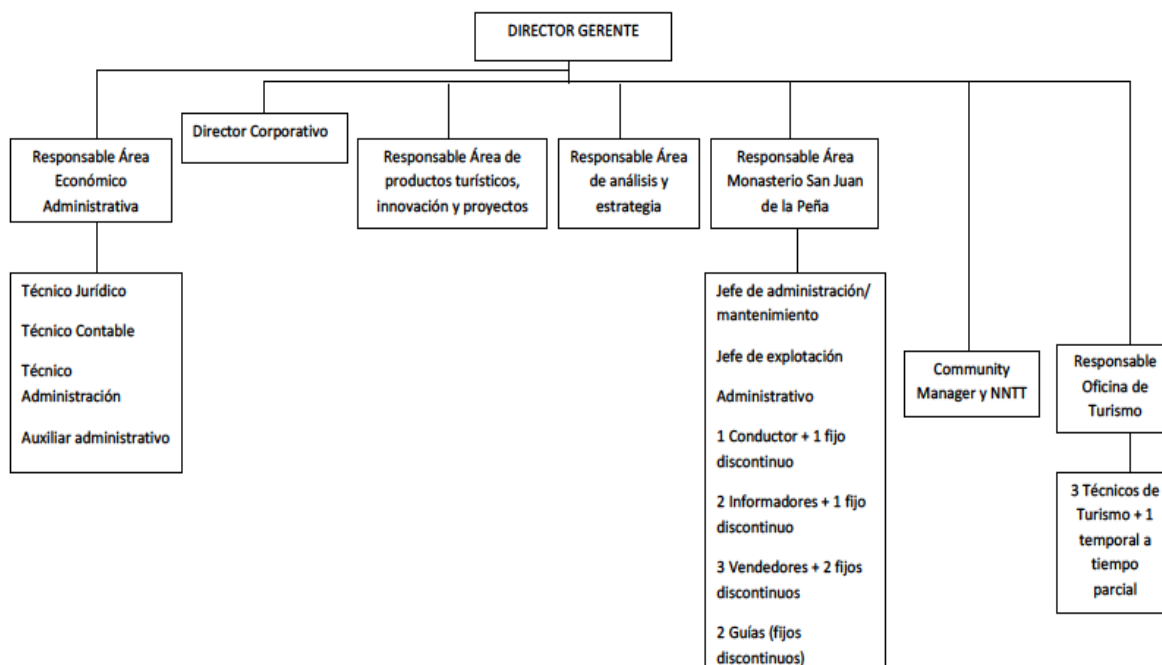
Las especialidades formativas por la que llegan los alumnos son en todas las áreas de la sociedad.

Así mismo, y a través de la Universidad de Zaragoza, recibimos alumnos y alumnas en prácticas que provienen del Plan de Acción de la Comunidad Europea para la Movilidad de Estudiantes Universitarios, Erasmus.

ORGANIGRAMA DE FUNCIONAMIENTO Y COMPETENCIAS

Para poder abordar con garantías los servicios descritos, como ya hemos expuesto, Turismo de Aragón cuenta con una serie de áreas en las que además se encuadran las personas empleadas en la misma.

Las áreas ejecutivas y sus competencias y servicios en los que trabajamos son los que se detallan a continuación y que se encuadran en la siguiente estructura funcional:



COMPETENCIAS

- **DIRECCIÓN GERENCIA**

Coordinación con del Departamento.

Coordinación con la Dirección General de Turismo

Coordinación general

Relaciones institucionales

Representación externa

- **ÁREA ECONÓMICO ADMINISTRATIVA.**

Control de las materias económicas y presupuestarias.

RRHH

Contratación administrativa

Control de Subvenciones y convenios

Protección de datos

Riesgos laborales

Riesgos penales

Área legal

- **ÁREA CORPORATIVA.**

Coordinación y seguimiento de la Red de Hospederías.

Coordinación y seguimiento del aeródromo de Santa Cilia de Jaca.

Seguimiento de convenios

- **ÁREA MONASTERIOS**

Dirección del complejo de San Juan de La Peña y la Iglesia de Santa Cruz de la Serós.

Coordinación del complejo

Comercialización del complejo y la Iglesia de Santa Cruz de la Serós.

Mantenimiento del complejo.

Visitas Guiadas Monasterio de Sigüenza

- ÁREA ANÁLISIS Y ESTRATEGIA

Estudios turísticos

Formación

- ÁREA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS, INNOVACIÓN Y PROYECTOS.

Coordinación de productos turísticos (planificación, creación, desarrollo y promoción y apoyo a la comercialización).

Nieve y montaña

Nuevos desarrollos y proyectos turísticos

Proyectos europeos

Responsabilidad Social y Sostenibilidad

CENTROS DE TRABAJO

La sede social de Turismo de Aragón se encuentra en Avda. Ranillas 3-A, 3º D, 50.018 de Zaragoza, con un horario de Lunes a Jueves de 8.00 a 18.30 horas y Viernes de 8.00 a 15.30 horas. Teléfono 976 282181 ext. 1 Correo Electrónico: turismodearagon@aragon.es

Turismo de Aragón dispone de una Oficina de Turismo situada en la Plaza de España nº 1 de Zaragoza, donde ofrece información turística sobre la oferta aragonesa, con un horario de 9.30 a 14.30 horas y de 16.30 a 19.30 horas. Teléfono 976 282181 ext. 2 Correo Electrónico: turismodearagon@aragon.es

También ofrece información turística en sus Oficinas de Turismo del Aeropuerto de Zaragoza y de la Estación Delicias, que gestiona de manera conjunta con el Ayuntamiento de Zaragoza. Teléfono Oficina Aeropuerto: 976 780982 Correo electrónico: oficinaturismoaeropuerto@aragon.es Teléfono Oficina Estación Delicias: 976 324468

Turismo de Aragón gestiona también el Centro de Visitantes y Monasterios de San Juan de la Peña en Jaca (Huesca), situados en la calle Única, s/n 22.711 San Juan de la Peña (Huesca). Los horarios de las visitas que allí se llevan a cabo son del 1 de Noviembre al 28 de Febrero de 10:00 a 14:00 horas, excepto sábados de 10:00 a 17:00 horas, del 1 de Marzo al 31 de Mayo, de 10:00 a 14:00 horas y de 15:30 a 19:00 horas; del 1 de Junio al de 31 Agosto, de 10:00 a 14:00 horas y de 15.00 a 20.00 horas y del 1 de Septiembre al 31 de Octubre de 10:00 a 14:00 horas y de 15:30 a 19:00 horas. Teléfono: 974 355119 Correo electrónico: monasteriosanjuan@aragon.es.

Turismo de Aragón gestiona igualmente las visitas a los bienes recuperados del Real Monasterio de Santa María de Sijena. Los horarios de las visitas guiadas son: viernes y sábados, 10.30/ 11.30 /12.30/13.30/16.15/ 17.15/ 18.00, y domingos, 12.15/ 13.15/ 16.15/ 17.15/ 18.00. Teléfono: 974 355119 Correo electrónico: visitasijena@aragon.es

SOCIEDAD Y DERECHOS HUMANOS

Turismo de Aragón tiene entre sus principales valores el de favorecer la vertebración territorial de Aragón. Uno de los hechos que favorecen este loable objeto es el de la actividad turística que asienta población, favorece el desarrollo económico y tiene claros beneficios sociales para quienes se ven beneficiados de estos axiomas.

Éste es el escenario que limita nuestra acción y por ende nuestra repercusión en el ámbito social.

Nuestra actividad no es crítica en cuanto a impactos que pudieran tomarse como negativos en referencia a los Derechos Humanos.

Nuestros beneficios sociales radican más de nuestra acción que de nuestra inacción.

Como hemos descrito en el apartado “empleo y personas empleadas”, Turismo de Aragón colabora de manera permanente con los centros educativos que forman a las futuras generaciones de personas que se dedicaran a la industria turística, además de otras ramas educativas como la administración y las finanzas.

Nuestro compromiso es acoger a los alumnos y las alumnas y poder aportarles nuestro conocimiento y expertis para que puedan desarrollar con mayores garantías su profesionalidad en aras de un sector turístico aragonés fuerte y sostenible. Sea desde el emprendimiento, el trabajo ajeno, el propio o desde el ámbito público.

Todo ellos en el marco de acuerdos y convenios con la Universidad de Zaragoza y con los centros de Enseñanza media de Aragón.

Por otro lado, Turismo de Aragón inició en el marco del proyecto europeo INTURPYR, un trabajo específico sobre la atención turística a personas discapacidades físicas o movilidad reducida al objeto de hacer accesible nuestra oferta a todo el mundo.

Esta línea de trabajo se viene trabajando desde la cooperación que existe en el Département de Pyrenées Atlanqtiuques de cuya experiencia nos estamos nutriendo.

Tras la organizar el año anterior de unas jornadas sobre TURISMO ADAPATADO que nos proporcionaron un marco de conocimiento bastante notable sobre la situación en este sentido y la demanda de las personas afectadas de manera directa e indirecta.

Turismo de Aragón, ha puesto en marcha varias iniciativas en este sentido.

las debe ser socialmente responsable favoreciendo que todo el mundo pueda acceder a nuestra oferta independientemente de sus capacidades físicas o psíquicas.

De esta manera tenemos un compromiso real con el desarrollo del Turismo Adaptado.

Nuestra web es el soporte natural para que quien quiera tener una experiencia turística en Aragón pueda realizarla dentro de parámetros de calidad, seguridad y accesibilidad.

Dentro del Proyecto Europeo INTURPYR se ha puesto en marcha el desarrollo de una marca, con su desarrollo adjunto, que nos defina como territorio adaptado y apto para poder ser visitado por todos y todas.

En este contexto hemos organizado las I Jornadas de Turismo Adaptado y que se han centrado de manera importante en el ámbito turístico.

En esas jornadas contamos con organizaciones reputadas en esta materia como Fundación ONCE y CERMI Aragón entre otras.

De ellas, y a través del intercambio de los grupos de interés proclives a trabajar este tema de la adaptabilidad en materia turística, se concluyeron las siguientes cuestiones sobre las que trabajar y tener en cuenta en Aragón Turismo a corto y medio plazo: debería trabajar Aragón para convertirse en un destino turístico accesible:

1. Sensibilización y Formación
2. Legislación
3. Investigación
4. Creación y mejora de la oferta
5. Promoción/ Comercialización
6. Calidad

En este año 2017 hemos trabajado en materia de creación de oferta y de calidad.

Se ha licitado la adaptación de un primer sendero, en este caso en Aguarón, en Zaragoza. Sendero que cumple los parámetros de adaptabilidad de los ya proyectados alrededor de la ciudad de Pau y que nos han servido de guía. Éstos, son muy interesantes desde el punto de vista del turismo de naturaleza periurbano.

Además, se sigue trabajando en la mejora de la adaptación de la Oficina de Turismo Transfronteriza del Portalet como única completamente adaptada y que puede servir como ejemplo para el resto de servicios de atención turística en Aragón.

Para finalizar, reseñar que en materia de adaptabilidad, en la web de Turismo de Aragón, turismodearagon.com, seguimos trabajando para proporcionar todos los estándares óptimos en materia de calidad, seguridad y accesibilidad.

En el marco de la cooperación transfronteriza, pusimos en marcha una línea de trabajo en colaboración con entidades locales, aragonesas y francesas, de economía solidaria para poner en marcha las bases de un proyecto que nos permita mejorar la calidad laboral de las personas empleadas en el turismo en nuestra comunidad y su temporalidad así como las condiciones de vida en las zonas donde existe una mayor dependencia turística en materia de empleabilidad.

En la Memoria anterior hacíamos referencia a la elaboración de un diagnóstico conjunto. Éste se ha llevado a cabo y a falta de una publicación oficial, dicho estudio nos permite establecer metas a medio plazo sobre las personas que trabajan en turismo en el Pirineo, sus dificultades, sus necesidades y sus

demandas, introduciendo nuestra actividad como empresa en el ámbito de la mejora social de las personas que trabajan en nuestro ámbito.

Otra colaboración puesta en marcha desde Turismo de Aragón en el ámbito social es el que hemos iniciado con la Asociación de Memoria Histórica de Aragón. El objetivo es el de recuperar, para ser visitados desde un punto de vista histórico y también de toma de conciencia, los lugares que en Aragón son significativamente importantes en materia de Memoria Histórica, dinamizarlos para que puedan ser visitados.

En este sentido hemos colaborado, también a través de nuestra línea de apoyo a la producción audiovisual como elemento de promoción turística, con el documental GURS que cuenta la historia de aragoneses y aragonesas que estuvieron en ese campo francés como exiliados.

La sociedad no tiene conflictos en relación a la violación de los Derechos Humanos ya que acata la Declaración de los mismos como propia dentro de sus valores a la hora de actuar socialmente. En materia de impacto en los derechos humanos o riesgos de competencia desleal de su actividad ordinaria de Turismo de Aragón destacar que no han existido situaciones que pudiéramos reseñar en esta área en este sentido, ni evaluaciones en materia de derechos humanos.

Turismo de Aragón no tiene formalmente un procedimiento establecido en el examen de sus proveedores en materia de Derechos Humanos más allá de la exigencia de normativa vigente.

Tampoco nuestra cadena de suministro tiene impactos negativos al respecto.

Turismo de Aragón incluye cláusulas sociales en las licitaciones públicas actuales.

MEDIO AMBIENTE

La entidad viene cumpliendo con la regulación medioambiental que resulta de aplicación. Durante el ejercicio no se han producido gastos o ingresos significativos de naturaleza medioambiental, ni existen al cierre del mismo, activos o pasivos medioambientales que debieran ser recogidos en las cuentas anuales adjuntas, de acuerdo con la Resolución del Instituto de Contabilidad y Auditoría de cuentas del 25 de marzo de 2002.

La única instalación operativa que gestionamos y que se encuentra en un paraje protegido es el Monasterio de San Juan de La Peña cuya zona de influencia es un Paraje Natural de Aragón. Cualquier actuación referente a ella queda fuera de nuestra competencia siendo el Departamento del Gobierno de Aragón competente en materia medioambiental quien protege dicho entorno.

Nuestra actuación no se realiza en zonas protegidas ni tenemos impactos en esos hábitats.

La Sociedad no dispone de derechos de emisión de gases de efecto invernadero en el periodo de vigencia del Plan Nacional de asignación y su distribución anual.

La actividad diaria de Turismo de Aragón no genera residuos reseñables y los que genera son reciclados, siendo estos básicamente fungibles de impresoras y papel.

En materia de instalaciones propias, indicar que tanto las dependencias de las Oficinas centrales sitas en Expo Empresarial como las oficinas de turismo, están dentro de edificios de gestión externa a nosotros y cuyo suministro de agua son externos a nuestra gestión.

No existen mediciones específicas de consumos energéticos, control de materiales residuales y por lo tanto no es un ítem medible. Éste es uno de los elementos que debemos contemplar como objetivo de carácter medioambiental para la Sociedad en periodos sucesivos.

Es verdad que la actividad propia de Turismo de Aragón no es crítica en materia relacionada con la biodiversidad. Nuestra "Huella" sí puede ser medida y seguramente puede ser más racional en materia de desplazamientos propios

derivados de los viajes que realizamos dentro de nuestra actividad de promoción y fomento turístico. Así, este hecho conjuntamente con la medición de elementos de consumo energético y suministros, debemos de tenerlo en cuenta como objetivos de responsabilidad medioambiental.

La propia actividad turística, de la cual somos activos importantes en su difusión y crecimiento, sí es susceptible de no ser sostenible mediambientalmente si sus prácticas en la gestión no cumplen con requisitos de sostenibilidad ambiental.

De esta manera, la puesta en marcha de clubs de producto, toman como parámetro la de aquellos que pueden ser más respetuosos con el medio ambiente o incluso cumplan labores de educación en valores sostenibles.

Ésta es nuestra contribución a la práctica más biológica posible de los viajes y el disfrute de los territorios.

Seguimos apostando por la marca Senderos Turísticos y su estrategia de participación del sector en la Comisión Institucional creada al efecto.

En el marco de la cooperación transfronteriza, nuevamente, continuamos con el trabajo de creación de productos transfronterizos con un fuerte componente medioambiental. Desarrollados en base a la naturaleza y el agua, son productos que se ponen en marcha evitando la posible masificación y trabajando con los usuarios el máximo respeto medioambiental. Barrancos y unión de los dos Grandes Recorridos más importantes a cada uno de los lados de la Frontera, GR10 en Francia y GR11 en España, a través de 7 GR transfronterizos.

El Enoturismo, la Btt, el turismo fluvial, la puesta en valor del patrimonio en comunión con la naturaleza que lo rodea, la gastronomía y sus productos locales... todos ellos son productos turísticos por lo que Aragón apuesta por su importancia para nuestro territorio y su respeto con nuestro entorno natural y, medioambiental.

Hemos incrementado nuestra colaboración con pruebas deportivas que tienen como escenario el entorno natural de Aragón y que realizan su actividad de manera sostenible. Con ello, además, fomentamos un turismo que a su vez fomenta hábitos saludables entre quienes lo practican.

GRUPOS DE INTERÉS

Como sociedad pública instrumental del Gobierno de Aragón en materia de política turística, Turismo de Aragón, adquiere un importante componente de servicio público.

Dicho hecho condiciona de manera integral nuestra relación con el entorno no pudiéndose realizar ésta si no es con un diálogo activo y fluido con nuestros grupos de interés. La periodicidad del contacto es en función del órgano en los que participan.

Para ello el Gobierno de Aragón trabaja con estructuras de participación del sector turístico en las cuales Turismo de Aragón participa de manera activa y a las que reporta su actividad sometiéndola a evaluación.

De estos órganos el más importante es el Consejo sectorial del cual damos cuenta de su composición en esta memoria para dejar patente el alcance que la colaboración con el sector y la interacción de éste con nuestra estrategia no puede ser entendida la una sin la otra.

Dicho órgano, actividad y composición puede consultarse de manera permanente en nuestra web y cuyo desglose no reproducimos en aras de la brevedad y concreción del presente informe.

Simplemente destacar que lo componen cerca de 40 personas en representación de todos los grupos de interés que Aragón tiene en materia turística y que en él se ratifica la estrategia de Aragón en materia turística de manera consensuada y se realiza un seguimiento de su actividad y cumplimiento.

No podemos olvidar que toda nuestra estrategia de acción, en todas las direcciones, proviene de nuestro Plan de Estrategia Turística 2016-2020 que fue elaborado mediante un exhaustivo proceso de participación ciudadana que contó con más de 200 personas de grupos de interés participando. Siendo nuestra principal herramienta de trabajo.

Se ha habilitado una herramienta profesional a través de la web, el Foro Profesional, que viene a incrementar nuestra comunicación con nuestros Stakeholders. En este caso con aquellos que trabajan para y por el desarrollo turístico de Aragón más allá de nuestra propia acción y que sirve, sin duda, de

elemento de comunicación e interacción con todos ellos recibiendo y proporcionando análisis, demandas y sugerencias. Una ventana por la que ver a uno de nuestros grupos de interés más importantes y ser vistos.

Por último destacar que nuestros turistas son nuestros clientes más importantes y que para ellos sí tenemos herramientas que nos permiten percibir sus opiniones y de las cuales surgen cambios en el modelo de gestión en aras de su satisfacción tanto a través de la página web como a través de las Oficinas de Turismo y sus hojas de Sugerencias y Quejas.

BUEN GOBIERNO

La estructura de gobierno de la organización se compone del consejo de administración. La composición del mismo es la que hemos explicado en el perfil de la entidad y que se corresponde con:

PRESIDENTE.

José Luis Soro Domingo

VICEPRESIDENTA

M^a Luisa Romero Fuertes

VOCALES

Juan Martín Expósito

Joaquín Palacín Eltoro

Carmelo Bosque Palacín

Ramiro Revestido Vispe

Dicho órgano tiene plena capacidad de decisión en cuestiones económicas, de carácter ambiental y social.

La Dirección de la empresa, en este caso una persona de libre designación por parte del Consejo de Administración, asiste a dichos Consejos y sus decisiones, que son reflejadas en acta, son informados a dicha dirección para que puedan ser transmitidas y ejecutadas por el personal técnico de la empresa.

Ninguno de los miembros del Consejo de Administración tiene labores ejecutivas en la empresa.

El nombramiento de los miembros del consejo de Administración corresponde al Consejo de Administración de la Corporación Empresarial Pública de Aragón, S.L.U. por las razones que ya hemos explicado al principio de la presente Memoria.

Los responsables técnicos de las áreas ejecutivas rinden cuentas con el Director Gerente que a su vez informa sobre la ejecución de los asuntos que se aprueban en dicho Consejo.

En cuanto a la consulta a nuestros grupos de interés acerca de cuestiones de sostenibilidad y responsabilidad social, indicar que sin haberse incorporado específicamente dichos temas, sí se han producido tanto consultas como un exhaustivo proceso de participación para elaborar las líneas de actuación hasta el año 2020 a través del Plan de Estrategia Turística de Aragón y que muchas de las medidas acordadas apuntan a la sostenibilidad como elemento fundamental.

Como sociedad pública, Turismo de Aragón se rige por el régimen de incompatibilidades común a todas las instancias públicas.

En el deber de evitar situaciones de conflicto con el interés de la Sociedad, durante el ejercicio, los administradores que han ocupado cargos en el Consejo de Administración y las personas vinculadas a ellos, han cumplido con las obligaciones previstas en el artículo 228 del texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital y no han incurrido en ninguno de los supuestos de conflicto de interés previstos en el artículo 229 de dicha norma.

La empresa se organiza bajo la forma jurídica de sociedad limitada unipersonal, y sus administradores y partes vinculadas a los mismos no tienen participación directa o indirecta ni desempeñan cargos o funciones en otras sociedades con el mismo, análogo o complementario género de actividad al que constituye el objeto social de la empresa. Asimismo, no realizan directa o indirectamente, por cuenta propia ni ajena, actividades con el mismo, análogo o complementario género de actividad al de la Sociedad.

El órgano de Gobierno tiene en su haber todas las funciones para aprobar, actualizar y tomar cuantas decisiones sean oportunas sobre valores, declaraciones de misión, estrategias, políticas y objetivos relativos a los impactos económicos, ambientales y sociales de la organización.

El Consejo de Administración aprobó en el año 2016 la incorporación a la estrategia en Responsabilidad Social del Gobierno de Aragón y por lo tanto dichos valores, objetivos y compromisos han sido conocidos y asumidos por

todas y todos los Consejeros de la sociedad.

Los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales, en el caso de existir, son tratados en el seno de las reuniones del Consejo de Administración dentro de sus reuniones periódicas. Dichos asuntos no tienen un carácter exclusivo en las mismas pero sí subyacen de manera transversal a los temas habituales de las reuniones del órgano superior. Hasta la fecha, éstos, no han necesitado de evaluación externa.

El órgano superior conoce los impactos que en todos los campos produce la acción de la sociedad siendo ágil en la toma de decisiones que corrijan o generen mayor valor a Turismo de Aragón.

El proceso para transmitir los asuntos más importantes desde la estructura funcional a la directiva y por último a la decisoria, es la detección por parte del equipo técnico de la empresa en cada una de sus áreas en las materias que nos competen, la propuesta de mejora o solución y la transmisión al Consejo de Administración por parte de la Dirección Gerente.

Las reuniones de los órganos de gobierno de la sociedad suelen ser de carácter trimestral sin ser óbice para que si es necesario el Consejo de Administración se reúna con más frecuencia. El Consejo de Administración de Turismo de Aragón es un órgano ágil.

En este sentido es el Consejo de Administración quien apruebe las acciones que Aragón Turismo lleva a cabo.

Señalar que no ha habido preocupaciones importantes transmitidas al Consejo en este sentido.

La asistencia a los órganos colegiados de la sociedad no genera ningún tipo de derecho a retribución por ello. Fue el Consejo de Administración quien por unanimidad de todos los miembros acordó la eliminación de tal retribución atendiendo a principios éticos y de responsabilidad con la sociedad.

ÉTICA E INTEGRIDAD

Turismo De Aragón no tiene instrumentos que detecten, miden y gestionen conductas ilícitas o con mayor grado de eticidad.

No obstante en estos momentos, y de cara a paliar dicho déficit, se está elaborando un Manual de Prevención de Riesgos Penales como mecanismo garante de la integridad de la organización.

Es común a todas las áreas descritas la nula situación de demandas o multas en cualquiera de los asuntos.

RECLAMACIONES Y SUGERENCIAS EN OFICINAS DE TURISMO

Desde Turismo de Aragón existen varias vías y herramientas para reclamaciones, sugerencias o cualquier otra demanda que nuestros usuarios, clientes... puedan tener con nosotros.

Con carácter formal una hoja que puede rellenarse y enviarse a Turismo de Aragón donde se contesta siempre con celeridad dentro de los días siguientes a la recepción de la misma si el asunto lo permite. **SIEMPRE SE CONTESTA EN TIEMPO Y FORMA.**

Por otro lado la página web ofrece la posibilidad de incorporar cualquier asunto o consulta. Éste es un canal abierto 24 horas y las contestaciones son en menos de 24 horas también.

Hay un mail genérico habilitado para peticiones que es usado como buzón general pero sobre todo destacar la labor que tanto de cara a la transparencia y la comunicación como de cara a ser una herramienta dinámica e inmediata de comunicación con nuestros clientes, han supuesto las redes sociales en nuestra empresa.

Muchos usuarios han tomado estos canales abiertos para utilizar los como herramientas de demanda, queja, sugerencia, felicitación, o simplemente comunicación.



El procedimiento es siempre el mismo. Llega el asunto por uno de los canales expuestos. Si la respuesta es sencilla y el tema lo controla la persona que recibe la propuesta o queja por el canal que coordina, lo responde de manera inmediata. Si es necesario reenviarlo a otra persona de la empresa que con carácter técnico conoce la materia, se deriva y contesta en el menor tiempo posible. Si el asunto trasciende de nuestra competencia se le contesta y se le comunica el recorrido que va a llevar la misma para poder al final materializar la consulta o la solución.


No hay evaluación interna de la evolución en materia de reclamaciones y sugerencias.



ESTRATEGIA EN RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ADECUACIÓN A LA ESTRATEGIA DE LOS OBJETIVOS DEL MILENIO



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Sociedad: TURISMO DE ARAGÓN.




| | Objetivo | Metas | Actuaciones | Horizonte temporal | Propuesta de indicadores |
|---|--|--|---|--------------------|--|
|  | Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo. | Poner en práctica medidas de protección social para todos; garantizar el acceso a los mismos derechos a recursos económicos, servicios básicos, propiedad; estrategias de género; inversión acelerada para erradicar la pobreza. | Incorporación de cláusulas ambientales y sociales en los contratos (Ley de contratación Pública) Fomentar del voluntariado corporativo en organizaciones que trabajen dichos aspectos sociales | 2019-2020 | Nº de contratos Nº de contactos establecidos con potenciales entidades. % de trabajadores implicados |
|  | Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible. | Poner fin a todas las formas de malnutrición; sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos; funcionamiento de los mercados. | Apoyar al sector turístico dedicado a la hostelería y productores de alimentos para fomento de la gastronomía y la | 2019-2020 | Nº de proyectos en los que se participamos en materia de fomento de la gastronomía y apoyo a los sistemas |




| | | | | | |
|--|---|---|---|---------------|--|
| | | | <p>producción de alimentos de carácter autóctono como elemento sostenible de nuestro turismo.</p> <p>Fomentar las prácticas responsables en materia gastronómica en todas las acciones y proyectos en los que participemos.</p> | | <p>de producción autóctonos.</p> <p>Nº de actividades en las que ponemos en marcha acciones de consumo responsable en materia alimenticia.</p> |
|  | <p>Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.</p> | <p>Prevención y tratamiento del abuso de sustancias adictivas; acceso universal a servicios de salud sexual y reproductiva; cobertura sanitaria universal; reducir muertes y enfermedades por productos químicos peligrosos y la contaminación.</p> | <p>Promover la utilización de productos respetuosos con el medio ambiente y que eviten la contaminación en las oficinas e instalaciones turísticas que dependen directamente de la gestión de Turismo de Aragón</p> <p>Puesta en marcha de medidas relacionadas con el bienestar del personal de la empresa con la realización de estudios de salud laboral que contemple</p> | <p>2 AÑOS</p> | <p>Revisión de los productos utilizados en las labores de mantenimiento de las dependencias e infraestructuras propias.</p> <p>Estudio de salud laboral y fomento de las medidas contenidas</p> <p>Nº de productos que faciliten este objetivo</p> |



| | | | | | |
|--|--|---|--|-------------|---|
| | | | las características particulares de cada uno de los puestos. Promover productos turísticos que favorezcan un mejor estado de bienestar y salud física | | |
|  | Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos. | Enseñanza primaria y secundaria universal y gratuita, sin discriminación por cuestión de género o discapacidad; alfabetización universal; acceso a enseñanza superior en países desarrollados. | Promover y facilitar, tanto con enseñanza media como superior, las prácticas de alumnos y alumnas en todas nuestras áreas de gestión | Actualmente | Nº de alumnos y alumnas en prácticas Nº de centros con los que colaboramos |
|  | Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas. | Reconocer y valorar el trabajo doméstico no remunerado promoviendo la responsabilidad compartida del hogar. Promover la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública | Promover un Plan de igualdad en Turismo de Aragón Promover las presencia de mujeres en los órganos de decisión de la sociedad. Facilitar la visibilidad de las mujeres en el ámbito turístico en todas sus | 3 años | Edición del Plan de igualdad de Turismo de Aragón. % de mujeres en los órganos de decisión de la sociedad. Nº de impactos en acciones públicas en los que hacemos |

| | | | | | |
|---|---|---|--|--------|---|
| | | | vertientes productivas y ámbitos de decisión. Incluir criterios de no discriminación por razón de sexo en los contratos y licitaciones de Turismo de Aragón | | visibles a las mujeres del ámbito turístico Nº de contratos licitados con dichos criterios |
|  | Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos. | Mejorar la calidad del agua y la gestión integrada de los recursos hídricos. | Promover la aplicación de medidas de ahorro en el consumo de agua en las diferentes sedes e infraestructuras turísticas de gestión propia. Fomentar el consumo responsable de agua entre el sector turístico. | 3 años | |
|  | Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos. | Acceso universal a servicios energéticos asequibles, fiables y modernos; eficiencia energética. | Promover la eficiencia energética dentro de la empresa, modificando y mejorando las instalaciones de las diferentes infraestructuras y | 3 años | Nº de medidas puestas en marcha |

| | | | | | |
|---|--|--|---|-------------|--|
| | | | centros de trabajo de gestión directa. Promover la eficiencia energética entre el sector turístico | | |
|  | Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos. | Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación. Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros. | Incluir criterios sociales en los contratos y licitaciones de Turismo de Aragón | Actualmente | Nº de contratos licitados con dichos criterios |
|  | Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación. | Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano. Aumentar la investigación científica y mejorar la | Incorporar elementos y medidas de sostenibilidad en las reformas o mejoras de las infraestructuras turísticas de gestión. | 3 años | Nº de medidas |

| | | | | | |
|---|--|---|---|-------------|---|
| | | capacidad tecnológica de los sectores industriales. | | | |
|  | Reducir la desigualdad en y entre los países. | Potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad. Facilitar la migración y la movilidad ordenadas, seguras, regulares y responsables | Incorporar criterios de no discriminación y fomento de la igualdad en las cláusulas de contratos públicos que se pongan en marcha desde la Sociedad. | Actualmente | Nº de contratos que incorporan este tipo de medidas |
|  | Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles. | Acceso universal a la vivienda, al transporte seguro, reducir impacto ambiental negativo. Acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros. | Fomentar un turismo urbano responsable y sostenible | Actualmente | |
|  | Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. | Gestión sostenible y uso eficiente de los recursos naturales. Adoptar prácticas sostenibles e incorporar información sobre ello en su ciclo de presentación de informes. | Fomentar modelos de gestión turística responsable en materia de gestión y uso de los recursos naturales. Participar en proyectos cuyo objeto sea la preservación de la naturaleza mediante el uso turístico de sus | Actualmente | Acciones turísticas sostenibles en el medio natural |

| | | | | | |
|--|--|---|---|-------------|----------------------------|
| | | | recursos de manera sostenible. | | |
|  | Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos. | Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales. | Difundir en el sector turístico medidas de buenas prácticas relativas al cambio climático. Fomentar un turismo responsable | 2020 | Campaña de sensibilización |
|  | Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible. | Reducir la degradación de los hábitats naturales, detener la pérdida de la diversidad biológica. | | | |
|  | Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad. | Reducir la degradación de los hábitats naturales, detener la pérdida de la diversidad biológica. | Promover en nuestros productos turísticos con marcado peso en el medio natural el respeto y la puesta en valor nuestros hábitats naturales. | Actualmente | |

| | | | | | |
|---|--|---|--|-------------|--|
|  | <p>Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.</p> | <p>Reducir significativamente todas las formas de violencia; poner fin al maltrato, la explotación, la trata y todas las formas de violencia y tortura.</p> | | | |
|  | <p>Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.</p> | <p>Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces para dinamizar y lograr los objetivos anteriores.</p> | <p>Participación activa en el grupo de Responsabilidad Social de empresas públicas de Aragón</p> <p>Participar con propuestas desde nuestro ámbito en cualquier mesa, grupo o iniciativa cuyo objetivo sea fomentar y promover los ODS, y tengamos cabida.</p> <p>Elaborar un Plan que permita “dinamizar a nuestra empresa, nuestro grupos de interés y en general al sector turístico, del</p> | <p>2020</p> | |

| | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|
| | | | conocimiento y puesta en valor de los ODS. Incentivar nuestra colaboración con el tercer sector | | |
|--|--|--|---|--|--|

INDICADORES

TABLA INDICADORES GRI

| ESTRATEGIA Y ANÁLISIS | | | | |
|---------------------------|-------------------------------|--------------|---|-----------------------------|
| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES GRI 4 | GRI STANDARD | CONTENIDO | LOCALIZACIÓN |
| | G4-1 | 102-14 | Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia. | Declaración Compromiso 2018 |
| | G4-2 | 102-15 | Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades. | Declaración Compromiso 2018 |
| PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN | | | | |
| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES GRI 4 | GRI STANDARD | CONTENIDO | LOCALIZACIÓN |
| | G4-3 | 102-1 | Nombre de la organización. | Portada |

| | | | | |
|--|------|-------|---|-------------------------|
| | G4-4 | 102-2 | Marcas, productos y servicios más importantes de la organización. | Pág. 16,17,18,19 |
| | G4-5 | 102-3 | Lugar donde se encuentra la sede de la organización. | Pág. 36 |
| | G4-6 | 102-4 | Indique cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria. | Pág. 16,17,18,19 |
| | G4-7 | 102-5 | Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica. | Pág. 7 |
| | G4-8 | 102-6 | Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios). | Pág. 16,17,18,19 |
| | G4-9 | 102-7 | Dimensiones de la organización informante. | Pág. 29, 30, 31, 32, 33 |

| | | | | |
|--|-------|-------|--|---------------|
| | G4-10 | 108-8 | Número de empleados; número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo; tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo; tamaño de la plantilla por región y sexo; indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como los empleados y los empleados subcontratados por los contratistas; y comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada | Pág. 31,32,33 |
|--|-------|-------|--|---------------|

| | | | | |
|---------------------------------------|-------|--------|---|-----------------|
| | | | turística o en el sector agrícola). | |
| | G4-11 | 102-41 | Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos. | Pág. 31,32,33 |
| | G4-12 | 102-9 | Describa la cadena de suministro de la organización. | Pág. 34 |
| | G4-13 | 102-10 | Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el período objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización. | Pág 12 |
| Participación en iniciativas externas | G4-14 | 102-11 | Indique cómo aborda la organización, si procede, el | Pág. 10, 11, 12 |

| | | | | |
|--|-------|--------|--|----------------|
| | | | principio de precaución. | |
| | G4-15 | 102-12 | Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado. | Pág. 39,40 |
| | G4-16 | 102-13 | Elabore una lista de las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y en las cuales ostente un cargo en el órgano de gobierno, participe en proyectos o comités, realice una aportación de fondos notable (además de las cuotas de membresía obligatorias), y considere que ser miembro es | Pág. 19, 20 21 |

| | | | una decisión estratégica. | |
|--|--|---------------------|---|---------------------|
| ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA | | | | |
| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES GRI 4 | GRI STANDARD | CONTENIDO | LOCALIZACIÓN |
| | G4-17 | 102-45 | Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria. | Pág.29,30 |
| | G4-18 | 102-46 | Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de | Pág. 13,14,15,26,27 |

| | | | | |
|--|-------|---------|---|---------------|
| | | | <p>cada Aspecto. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.</p> | |
| | G4-19 | 102-47 | <p>Elabore una lista de Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.</p> | Pág. 22,26,27 |
| | G4-20 | 103-1-b | <p>Indique la cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material.</p> | Pág 25,26,27 |
| | G4-21 | 103-1-c | <p>Indique la Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material.</p> | Pág. 25,26,27 |
| | G4-22 | 102-48 | <p>Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.</p> | Pág. 28 |

| | G4-23 | 102-49 | Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores. | Pág. 25,26,27,28 |
|---|--|---------------------|--|---------------------|
| PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS | | | | |
| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES GRI 4 | GRI STANDARD | CONTENIDO | LOCALIZACIÓN |
| | G4-24 | 102-40 | Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización. | Pág. 43,44 |
| | G4-25 | 102-42 | Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja. | Pág. 43,44 |
| | G4-26 G4-PRS | 102-43 | Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó | Pág. 13,43,44 |

| | | | específicamente en el proceso de elaboración de la memoria. | |
|-----------------------------|--|---------------------|---|---------------------|
| | G4-27 G4-PRS | 102-44 | Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave. | Pág. 13,43,44 |
| PERFIL DE LA MEMORIA | | | | |
| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES GRI 4 | GRI STANDARD | CONTENIDO | LOCALIZACIÓN |
| | | | | |
| | G4-28 | 102-50 | Período de objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario). | Portada |

| | | | | |
|---------------|---------------------------------|----------------------------|--|----------|
| | G4-29 | 102-51 | Fecha de la última memoria (si procede). | Pág. 5,6 |
| | G4-30 | 102-52 | Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.). | Pág. 5,6 |
| | G4-31 | 102-53 | Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria. | Pág. 46 |
| Índice de GRI | G4-32- a G4 -32-b G4-32-c | 102-54 102-55 102-56 | Indique qué opción “de conformidad” con la Guía ha elegido la organización. Facilite el Índice de GRI de la opción elegida. Facilite la referencia al informe de Verificación externa si la memoria se ha sometido a tal verificación. | Pág. 5,6 |
| Verificación | G4-33 | 102-56 | Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. Si no se mencionan en | Pág. 5,6 |

| | | | <p>el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa.</p> <p>Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación.</p> <p>Señale si el órgano superior de gobierno a la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.</p> | |
|--|--|---------------------|--|---------------------|
| GOBIERNO | | | | |
| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES GRI 4 | GRI STANDARD | CONTENIDO | LOCALIZACIÓN |
| La estructura de gobierno y su composición | G4-34 | 102-18 | <p>Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno.</p> <p>Indique qué comités son</p> | Pág. 9,10,11,12 |

| | | | | |
|--|-------|--------|---|------------------|
| | | | responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales. | |
| | G4-35 | 102-19 | Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social. | Pág. 45,46,47,48 |
| | G4-36 | 102-20 | Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno. | Pág. 45,46,47,48 |

| | | | | |
|--|-------|--------|---|---------------|
| | G4-37 | 102-21 | <p>Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno.</p> | Pág. 43,44,46 |
| | G4-38 | 102-22 | <p>Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.</p> | Pág. 10 |
| | G4-39 | 102-23 | <p>Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.</p> | Pág. 10 |

| | | | | |
|--|-------|--------|---|------------|
| | G4-40 | 102-24 | Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero. | Pág. 10,11 |
| | G4-41 | 102-25 | Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a los grupos de interés. | Pág. 10,11 |
| Papel del órgano superior de gobierno a la hora de establecer los propósitos, los valores y la estrategia de la organización | G4-42 | 102-26 | Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las | Pág. 12 |

| | | | | |
|---|-------|--------|--|---------------|
| | | | políticas y los objetos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización. | |
| Evaluación de las competencias y el desempeño del órgano superior de gobierno | G4-43 | 102-27 | Señale qué medidas se han adoptado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales. | Pág. 10,11,12 |
| | G4-44 | 102-28 | Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación. Describa las | Pág. 47 |

| | | | | |
|--|-------|--------|--|---------|
| | | | medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas. | |
| Funciones del órgano superior de gobierno en la gestión del riesgo | G4-45 | 102-29 | Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Señale cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de diligencia debida. Indique si se efectúan consultas a los | Pág. 47 |

| | | | | |
|--|-------|--------|--|---------|
| | | | grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. | |
| | G4-46 | 102-30 | Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficiencia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales. | Pág. 47 |
| | G4-47 | 102-31 | Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social. | Pág. 47 |

| | | | | |
|--|----------|--------|---|------------|
| Función del órgano superior de gobierno en la elaboración de la memoria de sostenibilidad | G4-48 | 102-32 | Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados. | Pág. 47 |
| Funciones del órgano superior de gobierno en la evaluación del desempeño económico, ambiental y social | G4-49 | 102-33 | Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno. | Pág. 47 |
| | G4-50 | 102-34 | Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas. | Pág. 47 |
| Retribuciones e incentivos | G4-51 de | 102-35 | Describa las políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta | Pág. 47,48 |

| | | | | |
|--|-------|--------|---|------------|
| | | | <p>dirección, y relacione los criterios relativos al desempeño que afectan a la política retributiva con los objetivos económicos, ambientales y sociales del órgano superior gobierno y la alta dirección.</p> | |
| | G4-52 | 102-36 | <p>Describa los procesos mediante los cuales se determina la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.</p> | Pág. 47,48 |
| | G4-53 | 102-37 | <p>Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés</p> | |

| | | | | |
|--|-------|--------|--|---------------|
| | | | en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión. | |
| | G4-54 | 102-38 | Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente. | Pág. 30,31,32 |
| | G4-55 | 102-39 | Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con | Pág. 30,31,32 |

| | | | el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente. | |
|---------------------------|--------------------------------------|---------------------|---|---------------------|
| ÉTICA E INTEGRIDAD | | | | |
| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES GRI 4 | GRI STANDARD | CONTENIDO | LOCALIZACIÓN |
| | G4-56 | 10216 | Describe los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos. | Pág. 48 |
| | G4-57 | 102-17 | Describe los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como las líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento. | Pág. 48 |

| | | | | |
|--|-------|---------|--|---------|
| | G4-58 | 102-107 | Describe los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda. | Pág. 48 |
|--|-------|---------|--|---------|

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES GRI 4 | GRI STANDARD | CONTENIDO | LOCALIZACIÓN |
|----------|-------------------------------|-------------------------------|---|--------------|
| | G4-DMA –a G4-20 G4-21 | 103-1-a 103-1-b 103-1-c | -Indique por qué el Aspecto es material. Señale qué impactos hacen que este Aspecto sea material. Describe cómo gestiona la organización el Aspecto material o sus impactos. Facilite la evaluación del enfoque de gestión, entre | Pág. 46,47 |

| | | | | |
|--|----------|-------------------------------|--|------------|
| | | | <p>otros, de los mecanismos para evaluar la eficacia del enfoque de gestión, de los resultados de la evaluación del enfoque de gestión, y de cualquier modificación relacionada del enfoque de gestión.</p> <p>-Indique la cobertura dentro de la organización de cada tema material.</p> <p>-Indique la cobertura fuera de la organización de cada tema material.</p> | |
| | G4-DMA-B | <p>103-2-b</p> <p>103-2-c</p> | <p>Declaración de intenciones del enfoque de gestión.</p> <p>Descripción de si el enfoque de gestión incluye los siguientes componentes: políticas, compromisos, fines y destinatarios, responsabilidad</p> | Pág. 46,47 |

| | | | s, recursos, mecanismos de reclamaciones, acciones específicas como procesos, proyectos, programas o iniciativas. | |
|---------------------|--------------------------------------|---------------------|---|---------------------|
| | G4-DMA-c | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión. | Pág.47 |
| ECONOMÍA | | | | |
| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES GRI 4 | GRI STANDARD | CONTENIDO | LOCALIZACIÓN |
| Desempeño económico | G4-EC1 | 201-1 | Valor económico directo generado y distribuido. | Pág. 29,30 |
| | G4-EC2 | 201-2 | Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático. | Pág. 29,30 |
| | G4-EC3 | 201-3 | Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su | Pág. 29,30 |

| | | | | |
|-------------------------------------|---------|-------|---|------------|
| | | | plan de prestaciones. | |
| | G4-EC4 | 201-4 | Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno. | Pág. 29,30 |
| Presencia en el mercado | G4-EC5 | 202-1 | Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas. | Pág. 31,32 |
| | G4-EC6 | 202-2 | Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas. | Pág. 31,32 |
| Consecuencias económicas indirectas | G4-EC7 | 203-1 | Desarrollo e impacto en infraestructuras y los tipos de servicios. | |
| | G4-EC8 | 203-2 | Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos. | |
| Prácticas de adquisición | G4-EC9. | 204-1 | Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que | |

| | | | corresponde a proveedores locales | |
|-----------------------|--------------------------------------|---------------------|---|---------------------|
| MEDIO AMBIENTE | | | | |
| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES GRI 4 | GRI STANDARD | CONTENIDO | LOCALIZACIÓN |
| Materiales | G4-EN1 | 301-1 | Materiales por peso o volumen. | |
| | G4-EN2 | 301-2 | Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados. | |
| Energía | G4-EN3 | 302-1 | Consumo energético interno. | |
| | G4-EN4 | 302-2 | Consumo energético externo. | |
| | G4-EN5 | 302-3 | Intensidad energética. | |
| | G4-EN6 | 302-4 | Reducción del consumo energético. | |
| | G4-EN7 | 302-5 | Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios. | |
| Agua | G4-EN8 | 303-1 | Captación total de agua según la fuente. | |
| | G4-EN9 | 303-2 | Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente | |

| | | | | |
|---------------|---------|-------|--|--|
| | | | e por la captación de agua. | |
| | G4-EN10 | 303-3 | Porcentaje y volumen de agua reciclada y reutilizada. | |
| Biodiversidad | G4-EN11 | 304-1 | Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad. | |
| | G4-EN12 | 304-2 | Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, los productos y los servicios. | |
| | G4-EN13 | 304-3 | Hábitats protegidos o restaurados. | |

| | | | | |
|-----------|---------|-------|--|--|
| | G4-EN14 | 304-4 | Número de especies incluidas en la lista roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie. | |
| Emisiones | G4-EN15 | 305-1 | Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1). | |
| | G4-EN16 | 305-2 | Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2). | |
| | G4-En17 | 305-3 | Otras emisiones indirectas de gases efecto invernadero (Alcance 3). | |
| | G4-EN18 | 305-4 | Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero. | |
| | G4-EN19 | 305-5 | Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. | |

| | | | | |
|----------------------|----------|-------|--|--|
| | G4-EN20 | 305-6 | Emisiones de sustancias que agotan el ozono. | |
| | G4-EN21 | 305-7 | NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas. | |
| Efluentes y residuos | G4-EN22 | 306-1 | Vertido total de aguas, según su calidad y destino. | |
| | G4-EN23. | 306-2 | Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento | |
| | G4-EN24 | 306-3 | Número y volumen totales de los derrames significativos. | |
| | G4-EN25 | 306-4 | Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III y VIII del Convenio de Basilea, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. | |
| | G4-EN26 | 306-5 | Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de | |

| | | | | |
|--------------------------|---------|-------|---|--|
| | | | agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización. | |
| Productos y servicios | G4-EN27 | | Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios. | |
| | G4-EN28 | 301-3 | Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categorías de productos. | |
| Cumplimiento regulatorio | G4-EN29 | 307-1 | Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental. | |
| Transporte | G4-EN30 | | Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales | |

| | | | | |
|--|---------|--------------------------|---|--|
| | | | utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal. | |
| General | G4-EN31 | 103 305 306 307 | Desglose de los gastos y las inversiones ambientales. | |
| Evaluación ambiental de los proveedores | G4-EN32 | 308-1 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales. | |
| | G4-EN33 | 308-2 | Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas al respecto. | |
| Mecanismos de reclamación en materia ambiental | G4-EN34 | 103-2 | Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos | |

| | | | formales de reclamación. | |
|---|--------------------------------|---------------------|--|-------------------------|
| DESEMPEÑO SOCIAL (Prácticas laborales y trabajo digno) | | | | |
| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES | LOCALIZACIÓN | OMISIONES | NIVEL DE REPORTE |
| Empleo | G4-LA1 | 403-1 | Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región. | Pág. 31,32 |
| | G4-LA2 | 403-2 | Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad. | Pág. 31,32 |
| | G4-LA3 | 403-3 | Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo. | Pág. 31,32 |
| Relaciones entre los trabajadores y la dirección | G4-LA4 | 402-1 | Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y | Pág. 31,32 |

| | | | | |
|---------------------------------|--------|-------|---|------------|
| | | | posible inclusión de estos en los convenios colectivos. | |
| Salud y seguridad en el trabajo | G4-LA5 | 403-1 | Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral. | Pág. 31,32 |
| | G4-LA6 | 403-2 | Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo. | Pág. 31,32 |
| | G4-LA7 | 403-3 | Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad. | Pág. 31,32 |
| | G4-LA8 | 403-4 | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en | Pág. 31,32 |

| | | | | |
|--|---------|-------|--|------------|
| | | | acuerdos formales con los sindicatos. | |
| Capacitación y educación | G4-LA9 | 404-1 | Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral. | Pág. 31,32 |
| | G4-LA10 | 404-2 | Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales. | Pág. 31,32 |
| | G4-LA11 | 404-3 | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional. | Pág. 31,32 |
| Diversidad e igualdad de oportunidades | G4-LA12 | 405-1 | Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y | Pág. 31,32 |

| | | | | |
|--|---|-------|---|------------|
| | | | sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad. | |
| Igualdad de retribución entre mujeres y hombres | G4-LA13 | 405-2 | Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad. | Pág. 31,32 |
| Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores | G4-LA14 G4-HR10 GA-SO9 | 414-1 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales. | Pág. 31,32 |
| | G4-LA15 G4-HR11 G4-SO10 | 414-2 | Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto. | Pág. 31,32 |
| Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales | G4-LA16 G4-EN34 G4-HR12 G4-SO1 | 103-2 | Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto | Pág. 31,32 |

| | | | mediante mecanismos formales de reclamación. | |
|--|--|---------------------|---|---------------------|
| DESEMPEÑO SOCIAL (Derechos humanos) | | | | |
| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES GRI 4 | GRI STANDARD | CONTENIDO | LOCALIZACIÓN |
| Inversión | G4-HR1 | 412-3 | Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. | Pág.40 |
| | G4-HR2 | 412-2 | Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados. | Pág.40 |

| | | | | |
|--|--------|-------|--|--------|
| No discriminación | G4-HR3 | 406-1 | Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas. | Pág.40 |
| Libertad de asociación y negociación colectiva | G4-HR4 | 407-1 | Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos. | |
| Trabajo infantil | G4-HR5 | 408-1 | Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil. | Pág.40 |

| | | | | |
|-----------------------------------|--------|-------|---|--------|
| Trabajo forzoso | G4-HR6 | 409-1 | Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso. | Pág.40 |
| Medidas de seguridad | G4-HR7 | 410-1 | Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones. | Pág.40 |
| Derechos de la población indígena | G4-HR8 | 411-1 | Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas. | |
| Evaluación | G4-HR9 | 412-1 | Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de | |

| | | | | |
|--|--|---------------------|--|---------------------|
| | | | impactos en materia de derechos humanos. | |
| Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos | G4-HR10 G4-LA14 GA-SO9 | 414-1 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos. | |
| | G4-HR11 G4-LA15 G4-SO10 | 414-2 | Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas adoptadas. | Pág.40 |
| Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos | G4-HR12 G4-EN34 G4-LA16 G4-SO11 | 103-2 | Números de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. | Pág.40 |
| DESEMPEÑO SOCIAL (Sociedad) | | | | |
| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES GRI 4 | GRI STANDARD | CONTENIDO | LOCALIZACIÓN |

| | | | | |
|----------------------------|--------|-------|---|---------------|
| Comunidades locales | G4-SO1 | 413-1 | Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local. | Pág. 31,35,39 |
| | G4-SO2 | 413-2 | Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales. | Pág.46,47 |
| Lucha contra la corrupción | G4-SO3 | 205-1 | Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados. | Pág.46,47 |
| | G4-SO4 | 205-2 | Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción. | Pág.46,47 |
| | G4-SO5 | 205-3 | Casos confirmados de corrupción y | |

| | | | | |
|--|-------------------------------|-------|---|-----------|
| | | | medidas adoptadas. | |
| Política pública | G4-SO6 | 415-1 | Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario. | |
| Prácticas de competencia desleal | G4-SO7 | 206-1 | Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas. | Pág.46,47 |
| Cumplimiento regulatorio | G4-SO8 G4-PR9 | 419-1 | Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa. | Pág.46,47 |
| Evaluación de la repercusión social de los proveedores | G4-SO9 G4-LA14 G4-HR10 | 414-1 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social. | |
| | G4-SO10 G4-LA15 G4-HR11 | 414-2 | Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro, y | |

| | | | medidas adoptadas. | |
|---|-------------------------|--------------|--|------------------|
| Mecanismos de reclamación por impacto social | G4-SO11 | 103-2 | Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. | |
| DESEMPEÑO SOCIAL (Responsabilidad sobre productos) | | | | |
| ASPECTOS | INDICADORES PRINCIPALES | LOCALIZACIÓN | OMISIONES | NIVEL DE REPORTE |
| Salud y seguridad de los clientes | G4-PR1 | 416-1 | Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras. | |
| | G4-PR2 | 416-2 | Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo | |

| | | | | |
|---|--------|------------------|---|---------|
| | | | de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | |
| Etiquetado de los productos y servicios | G4-PR3 | 417-1 | Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos. | |
| | G4-PR4 | 417-2 | Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado. | |
| | G4-PR5 | 102-43 102-44 | Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes. | Pág. 49 |

| | | | | |
|---------------------------------|----------------|-------|--|--|
| Comunicaciones de Mercadotecnia | G4-PR6 G4-4 | 102-2 | Venta de productos prohibidos o en litigio. | |
| | G4-PR7 | 417-3 | Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado. | |
| Privacidad de los clientes | G4-PR8 | 418-1 | Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de clientes. | |
| Cumplimiento regulatorio | G4-PR9 | 419-1 | Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios. | |

NOTA:

La presente Guía de Sostenibilidad de Turismo de Aragón y la información que ella contiene puede consultarse en nuestra web turismodearagon.es

En ésta misma encontrará información más allá de dicha memoria en el portal web de Aragón Turismo dentro de su apartado denominado “Transparencia”.

Para otro tipo de consultas sobre Sostenibilidad y Responsabilidad Social en Turismo de Aragón puede referirnos un mail a psierrac@aragon.es

Dicha memoria no se ha verificado externamente.



ARAGÓN
TURISMO